



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO  
EXTERIOR**

**CARRERA DE: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TESIS DE GRADO**

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE  
PORCELANICRON (PORCELANA FRÍA) DESDE LA  
MICROEMPRESA FACIL ARTE DEL CANTÓN RIOBAMBA  
PROVINCIA DE CHIMBORAZO A HAMBURGO—ALEMANIA”**

Bertha Joana Chimbo Alvarado

Riobamba- Ecuador

**2013**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación

**Ing. Luis Alberto Esparza Córdova**

**DIRECTOR DE TESIS**

**Ing. José Gabriel Pilahuano Mendoza**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

### **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA**

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de la autora.

Bertha Joana Chimbo Alvarado

## DEDICATORIA

*Dedico este trabajo a Dios que es el dador de vida, a mis padres, que me han apoyado con todas sus fuerzas para que me supere, quienes me ensaaron que la mejor herencia es el Estudio.*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme sabiduría para elegir el camino correcto y por ende culminar una etapa más de mi vida, a mi padre, mis hermanos, en especial a mi madre que me regaló un paraíso como vida, por su dedicación, sus consejos y sus enseñanzas, pero sobre todo por su infinita paciencia y cariño.

Jorge gracias por ser mi apoyo durante este largo camino, por brindarme tu amor y comprensión y sobre todo por enseñarme que tras de una derrota hay muchas victorias.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas, a la Escuela de Ingeniería Financiera y comercio Exterior, A los docentes que aportaron con sus enseñanzas durante toda mi carrera.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA-----	II
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL -----	III
CERTIFICACIÓN DE AUTORIA-----	III
DEDICATORIA -----	IV
AGRADECIMIENTO -----	V
ÍNDICE GENERAL-----	III
ÍNDICE DE GRÁFICOS -----	XII
ÍNDICE DE TABLAS -----	XII
ÍNDICE DE ANEXOS-----	XIII
INTRODUCCION-----	1
CAPITULO I -----	3
1. Identificación de la microempresa FÁCIL ARTE -----	3
1.1. Sus inicios-----	4
1.2 Misión -----	5
1.3. Visión -----	5
1.4. Objetivos-----	5
1.4.1. Objetivo General -----	5
1.4.2. Objetivos Específicos -----	5
1.5 Logotipo-----	6
1.6. Ubicación -----	6

1.6.1. Mapa de Ubicación-----	6
<b>1.7. Marco Legal-----</b>	<b>6</b>
1.7.1. Leyes de apoyo al sector artesanal-----	6
1.7.2 ley de defensa del artesano -----	6
1.7.3Ley de fomento artesanal -----	7
1.7.7. Programas de asistencia técnica-----	10
<b>1.8. Estructura Organizacional (propuesta)-----</b>	<b>11</b>
1.8.1 Tipo de Organización-----	11
1.8.2 Organización Lineal -----	11
1.8.2. Organigramas de la Empresa -----	12
1.8.4. Organigrama Estructural -----	13
2. Diagnostico -----	14
2.1. Análisis del macro entorno-----	14
<b>2.1.1. Político económico-----</b>	<b>14</b>
2.1.2Sistema Medioambiental-----	15
2.1.3. Talento Humano-----	16
<b>2.2. Micro entorno-----</b>	<b>20</b>
2.2.1Ingeniería del proyecto-----	20
2.2.2. Infraestructura -----	20
2.2.3. Materiales y herramientas-----	20
2.2.4. Canales de Distribución -----	23
2.2.5. Económico y Financiero-----	24
2.2.5. Análisis del FODA general -----	24
<b>2.1. Matriz FODA de la microempresa FACIL ARTE-----</b>	<b>25</b>
2.1.1. FORTALEZAS -----	25
2.1.2. OPORTUNIDADES -----	25

2.1.3. DEBILIDADES -----	26
2.1.4. AMENAZAS -----	26
CAPITULO III -----	26
<b>3.1. Estudio de Mercado -----</b>	<b>26</b>
3.1.2Objetivos para el estudio de mercado-----	26
3.1.3 Mercado Meta Internacional “ALEMANIA” -----	27
3.1.4. La República Federal Alemania-----	28
3.1.5Situación Geográfica -----	29
3.1.6. Recursos Naturales -----	30
3.1.8 Características de la Población-----	30
3.1.9Aspectos Generales de la Población -----	30
3.1.10. Demografía (distribución) -----	30
3.1.11. Aspectos Económicos de la Población-----	31
3.1.12. Distribución Territorial de la Población -----	31
3.1.13. Proyección de la población Alemana -----	31
3.1.14. Metodología para determinar la Demanda -----	32
3.1.14.1. Consumo Nacional Aparente -----	32
CAPITULO IV -----	47
<b>4.1. Plan de exportación de artesanías de porcelanicron (porcelana fría) desde la microempresa fácil arte del cantón Riobamba provincia de Chimborazo hacia Hamburgo—Alemania -----</b>	<b>47</b>
<b>4.2. Objetivos-----</b>	<b>47</b>
4.2.1. Objetivo general -----	47
4.2.2. Objetivos específicos -----	47
<b>4.3. Cadena productiva-----</b>	<b>47</b>
4.3.1. Características y Especificaciones del Producto -----	47
<b>4.3. Proceso comercial-----</b>	<b>50</b>
4.3.1. Canales de distribución -----	50



4.3.2. Canales de distribución física-----	50
<b>4.4. Términos más usuales -----</b>	<b>51</b>
4.4.1. El modo de transporte y el incoterm-----	53
4.4.2. Tipo de comercialización-----	55
4.4.3. Aspectos del contrato de compra y venta -----	55
4.4.4. Tratamiento Arancelario -----	56
4.4.5 Normas De Calidad -----	57
4.4.6. Transporte -----	57
4.4.7. Requisitos y trámites para la Exportación -----	58
4.4.8. Procedimientos para exportar-----	58
4.4.9. Documentos para presentarse-----	58
4.4.10. Productos que se pueden exportar -----	59
4.4.11. Utilización de preferencias arancelarias -----	59
4.4.12. Cámaras de la producción -----	59
4.4.13. Declaración de Exportación -----	60
4.4.14. Trámites para Exportar-----	60
4.4.15 Fase de Pre-embarque -----	62
4.4.16. Fase Post-embarque -----	63
4.4.18. Tarjeta de identificación -----	66
4.4.19. Certificado de origen -----	67
4.4.20. Declaración aduanera única -----	68
4.4.21. Agente Afianzado de Aduana -----	69
4.4.22. Embarque -----	69
<b>3.7 Relaciones comerciales Ecuador- Alemania-----</b>	<b>69</b>
<b>3.7.1 Balanza Comercial-----</b>	<b>69</b>
<b>CAPITULO V -----</b>	<b>71</b>

5 Inversiones y Financiamiento-----	71
<b>5.1. Objetivo general-----</b>	<b>71</b>
5.1.2. Objetivos específicos -----	71
<b>5.2. Inversión-----</b>	<b>71</b>
5.2.1. Inversiones Previas a la puesta en Marcha -----	72
5.2. 2.Costos -----	74
5.2.3. Fuentes de Financiamiento-----	75
5.2.4. Estado de Situación Inicial-----	75
<b>FACIL ARTE -----</b>	<b>76</b>
5.2.5. Balance General -----	77
5.2.6. Estado de Resultados -----	78
<b>FACIL ARTE -----</b>	<b>78</b>
5.2.7. Flujo de Caja -----	79
5.2.8. Indicadores Financieros -----	80
<b>CAPITULO VI-----</b>	<b>85</b>
6. Conclusiones y Recomendaciones -----	85
<b>6.1. Conclusiones-----</b>	<b>85</b>
<b>6.2. Recomendaciones-----</b>	<b>86</b>
<b>RESUMEN -----</b>	<b>88</b>
<b>SUMMARY -----</b>	<b>89</b>
<b>BIBLIOGRAFIA -----</b>	<b>90</b>
<b>LINKOGRAFÍA -----</b>	<b>90</b>
<b>ANEXOS-----</b>	<b>92</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
1	Ubicación de la Microempresa Fácil arte	6
2	Logotipo de la Microempresa	6
3	Mapa de la República Federal de Alemania	29
4	Punto de Equilibrio	84

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
1	Población Total de Alemania	32
2	Importación de Artesanías	33
3	Proyección de Importación de Artesanías al Mercado Alemán	34
4	Consumo aparente de artesanías proyectadas en toneladas	35
5	Consumo Per cápita Proyectado	36
6	Oferta de Colombia	37
7	Oferta de Perú	38
8	Ecuador exportaciones de Artesanías de porcelanicon	39
9	Producción Anual en toneladas de artesanías	40
10	Precio de la Artesanía	42
11	Incoterms	54
12	Balanza Comercial	70
13	Inversión	72

14	Costos	74
15	Fuentes de Financiamiento	75
16	Flujo de Caja	76
17	Estado de Situación Inicial	77
18	Balance General	77
19	Estado de Resultados	78
20	Flujo de Caja Proyectado	79

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
1	Mapa Artesanal	93
2	Amortización Bancaria	94
3	Gasto de Exportación	94
4	Póliza de seguro de transportes	95
5	Bill of Lading	96
6	Certificado de Origen	97
7	Factura Comercial Invoice	98
8	Declaración Aduanera Única	99

## **INTRODUCCION**

Se ha desarrollado el presente proyecto con el fin de satisfacer la necesidad de nuestro país de obtener nuevas alternativas de inversión.

Actualmente en el Ecuador se están buscando nuevos productos para exportar y así poder generar divisas, y las artesanías en porcelanícron surge, como una excelente opción para el desarrollo de la economía nacional.

Las artesanías hechas a base de porcelana fría o porcelanícron de diferentes modelos y colores llamativos con la más alta calidad en productos artesanales podrán ser distribuidas en el mercado alemán y de esta manera lograr expresar la creatividad popular y la identidad ecuatoriana.

Empresa Artesanal FACIL ARTE. es una empresa privada de capital 100% riobambeño fundado el 26 de agosto de 1998 por una mujer artesana que cree que la producción y elaboración de artesanías es un rubro más que contribuye al desarrollo económico de la ciudad de Riobamba, la provincia de Chimborazo y por ende nuestro país Ecuador.

La sociedad actual, los avances de la ciencia, la Tecnología determinan la necesidad de formación de individuos con nuevas capacidades para aprender y emprender, poseedores de conocimientos científicos, técnicos, culturales y medio ambientales que le lleven a la valoración conservación de su entorno cultural a través del arte y la artesanía.

La educación contribuye a la formación de la personalidad como objeto del desarrollo de la enseñanza aprendizaje, buscando hacerlo a través de la motivación, la actividad y propia acción del sujeto que aprende en base a su creatividad y habilidades.

Con lo cual se podría decir que la creatividad generar ingresos económicos con lo cual se podrá solventar a muchas familias riobambeñas que se dedique a la producción artesanías en porcelana fría.

La bella ciudad de Riobamba a, más conocida como la SULTANA DE LOS ANDES, es considerada como una ciudad turística, sin embargo se puede decir que tiene un potencial turístico que todavía no es explotado, hace falta fortalecer el desarrollo de la ciudad, mediante la creación de negocios, microempresas y empresas que generen empleo, que

aporten social y económicamente al crecimiento de la región. El gobierno actual tiene como prioridad generar empleo, apoyar a la creación de la microempresa, apoya a las iniciativas de la población y da créditos para que se creen instituciones productivas; se encuentra apoyando a la capacitación permanente, al mejoramiento de la formación de niños jóvenes y adultos con la finalidad de potenciar su creatividad, de inyectar estímulos y motivación para ir formando emprendedores, personas competitivas que se auto eduquen, que luchen, produzcan, generen empleo, que mejoren su calidad de vida y apoyen a ese gran Proyecto nacional del buen vivir

Finalmente se puede decir que es necesario incrementar las exportaciones de productos no tradicionales del Ecuador y buscar nuevos mercados, creando fuentes de trabajo y divisas; por medio de este proyecto se determinara si es factible la exportación de Artesanías de porcelanicron (porcelana fría) que elabora la microempresa FACIL ARTE al mercado de Alemania.

## CAPITULO I

### **1. Identificación De La Microempresa Fácil Arte**

Los estudiosos de la cultura popular definen que las artesanías tradicionales son como aquellos artefactos creados manualmente por un conjunto de comunidades diversas (campesinos, indígenas, negros, etcétera), con materias primas del entorno ecológico, y procesos de transformación basados en conocimientos y técnicas transmitidas de generación en generación; y precisan como tales a aquellos objetos enraizados en fuertes creencias mitológicas e imaginarios culturales, y generalmente hechos para satisfacer cierta clase de necesidades materiales, como es el caso de las Artesanías de Porcelanicon. Pueblos indígenas donde el tejido, artesanías además de ser una tecnología cedida por las divinidades mitológicas, es un acto creativo y un ritual portador de importantes elementos que aseguran la integridad y permanencia del grupo cultural.

Comunidades donde las artesanías tienen innumerables significados corporales, sociales y mágicos. La realización de artesanías sin duda requiere de poco tiempo para el aprendizaje, las únicas herramientas utilizadas son las manos.

En un país como el Ecuador, que está abriéndose a la mediana y grandes Industrias, el artesanado reviste aún notable importancia y da trabajo a muchas familias.

La Dirección de Competitividad de Microempresas y Artesanías, dentro de los mecanismos de apoyo al sector artesanal, se planteó la necesidad de contar con un instrumento válido que permita a los artesanos, gremios artesanales, instituciones de educación, gobiernos seccionales, instituciones públicas y privadas y público en general, contar con información sobre la realidad de nuestras artesanías.

Con este propósito, se elaboró el “Mapa de Artesanías” (Ver Anexo 1) y Oferta Exportable del Ecuador, documento que permite identificar los sitios de producción de artesanías y la oferta exportable existente para fomentar la capacidad competitiva y la comercialización de artesanías.

Dentro de los resultados generales del estudio se determinó que las actividades o ramas artesanales más representativas tanto en número de sitios como en talleres son:

- Cuero y Afines

- Barro, Loza y Porcelana
- Joyas y Artículos Conexos
- Cerdas y Crines
- Tagua y Afines
- Madera, Balsa y Afines
- Textiles y Tejidos Autóctonos
- Fibras Vegetales
- Mármol, Piedra y afines
- Otras Artesanías

Se estableció que existen aproximadamente 467 sitios de producción artesanal a nivel nacional y 25.300 talleres artesanales, y se detectó que las necesidades prioritarias del sector artesanal son: crédito, capacitación y promoción de las artesanías a nivel nacional e internacional.

### **1.1. Sus inicios**

La microempresa FACIL ARTE, es un centro artesanal de figuras de PORCELANICRON conocidas por su colorido y textura. De derecho privado, con finalidad de lucro, con personería natural y capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones fundado el 26 de agosto de 1998 por una mujer artesana que cree que la producción y elaboración de artesanías es un rubro más que contribuye al desarrollo económico de la ciudad de Riobamba, la provincia de Chimborazo y por ende nuestro país ecuator.

Se inició con la elaboración de artesanías en madera, espuma Flex, telas entre otros. Con el pasar del tiempo se pudo elaborar artesanías a base de porcelana fría (PORCELANICRON) las mismas que fueron de mucha acogida para el mercado riobambeño por su textura, color y diseños.



## **1.2 Misión**

Nuestra empresa tiene como misión mantener una tradición cultural, tratando de conservar las técnicas y materiales 100% artesanales, por ende tratamos de impregnar en cada uno de nuestros diseños la creatividad, el amor con el que se elabora cada una de estas piezas hechas a base de porcelanica y elaboradas a mano manteniendo la calidad y el prestigio de los artesanos riobambeños.

## **1.3. Visión**

Con la ayuda de Dios , además con calidad , cumplimiento y responsabilidad seguir siendo la principal empresa familiar de nuestra comunidad artesanal empleando técnicas y herramientas que no hagan perder nuestra tradición y cultura , Incrementando nuestro portafolio de productos según las exigencias del mercado , empleando siempre las últimas tendencias en diseño de nuestras artesanías, manteniendo siempre un gran número de clientes , generando bienestar a cada uno de los miembros del equipo de trabajo de nuestra microempresa , para poder crecer y extender nuestras ventas directas a sitios o lugares donde hoy no mantenemos ventas de nuestras artesanías.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

Mantener la microempresa FACIL ARTE como la N.-1 en ventas, calidad, producción, cumplimiento y responsabilidad social.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

Ser competitivos según la exigencia del mercado.

Generar empleo en nuestra comunidad artesanal.

Contar con las herramientas necesarias para un trabajo digno.

Extendernos al mercado Internacional a través de las exportaciones.

## **1.5 Logotipo**

La microempresa FACIL ARTE cuenta con un logotipo llamativo en el cual permite dar a conocer el colorido, diseño y calidad de sus artesanías.



## **1.6. Ubicación**

Se encuentra ubicada en la parroquia Maldonado, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, Republica del Ecuador como persona natural de Derecho Privado, con fines de lucro, con patrimonio propio, duración indefinida.

### **1.6.1. Mapa de Ubicación**

La microempresa FACIL ARTE se encuentra ubicada en las calles Juan de Velazco y Nueva York,

## **1.7. Marco Legal**

### **Leyes y reglamentos para la creación de una empresa Productora y exportadora**

#### **1.7.1. Leyes de apoyo al sector artesanal**

En Ecuador existen algunos reglamentos que cumplir en lo que se refiere al manejo artesanal, principalmente leyes de protección que debe ser considerado en la elaboración del presente proyecto, en razón que fueron creadas en beneficio al artesano. Para un mejor análisis, se presenta a continuación una breve reseña de estos elementos jurídicos

#### **1.7.2 ley de defensa del artesano**

Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

Deberán cumplir con ciertos requisitos como ser calificados por la junta Nacional de Artesanos, establecer a quienes se encuentran amparados por esta ley no estarán sujetos a obligaciones impuestas por otro tipo de legislación.

Exoneración de los impuestos a la renta de capital, con el recurso de trabajo y declara sujetos pasivos en los que se refiere al impuesto al Valor Agregado, de la misma manera esta exonerado del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal.

En el caso de las exportaciones, estas deben darse en los términos más favorables establecidos por la ley, y contempla la adquisición de materiales e implementos de trabajo de los artesanos.

Como obligatorio la afiliación de trabajador artesano al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, cuyo aporte será del 8% de la renta líquida de cada artesano, mientras que el aporte estatal será del 13% de la renta líquida de cada artesano con cargo a la partida del Presupuesto del Estado

### **1.7.3 Ley de fomento artesanal**

Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto de trescientos sesenta salarios mínimos vitales generales.

Entre los principales beneficios se encuentra la exoneración de hasta el 100% de los impuestos arancelarios en los que se refiere a la importación de maquinaria, herramienta, materia prima entre otros cuya función sea mejoramiento o tecnificación de la producción, exoneración total del impuesto y derechos que graven la exportación de artesanías, y otros importantes beneficios.

Para ser beneficiarios de este sistema, se debe presentar la solicitud del MIC, el mismo que tras una evaluación determinará el beneficio que deben concederse así como las condiciones que deban satisfacer los talleres artesanales. De la misma manera dicha ley, comprende los controles y sanciones que se aplicarán a quienes no cumplan con las condiciones previamente indicadas.

**Ley de fomento artesanal, decreto ley n.26, registro oficial n° 446 29/mayo/1986, art 1.**

### **1.7.4. Entorno legal de las exportaciones ecuatorianas**

Dentro de los requisitos legales para establecer un taller artesanal con fines de exportación, es obtener el permiso de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud Pública y cuyos requisitos son:

\*Planilla de inspección (realizada por un empleado del Ministerio).

- Solicitud valorada de permiso de funcionamiento.
- Lista de productos que comercializa con número de Registro Sanitario.
- Pago de la tasa de mantenimiento del registro Sanitario.
- Permiso del CONSEP (Manejo de Productos Químico).
- Carnet de Salud Ocupacional de quienes laboren en el taller

#### **1.7.5. Organismo de apoyo**

La entidad principal encargada en la Dirección de Competitividad de las Microempresas y Artesanías de la Subsecretaría de Pequeña y Mediana Empresa, Microempresa y Artesanía.

#### **1.7.6. Líneas de crédito**

La concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la Banca Privada para cuyos efectos la Junta Monetaria dictará la regulación correspondiente, los montos de los créditos se fijarán considerando especialmente la actividad artesanal y el número de operarios que tenga a su cargo el taller.

Dentro del programa de Crédito de la Corporación Financiera Nacional destinado a varios tipos de inversiones, de los cuales también se benefician los artesanos podemos encontrar los siguientes:

**CREDIMICRO.-** Con un monto de USD 10.000, pagaderos en un plazo de uno a cuatro años, dirigidos a personas naturales o jurídicas privadas, legalmente establecidas en el país con un mínimo de 10 empleados permanentes incluido el propietario, cuyos activos totales, excluidos terrenos y edificios no superen los USD 20.000. Destinado para el

financiamiento de terrenos, inmuebles vinculados directamente con el proyecto, capital de trabajo y asistencia técnica

Registro Oficial N° 71, publicado el 23 de mayo de 1997. Art. 17 literal (d)

**LÍNEA DEL BANCO NACIONAL DE FOMENTO (BNF).**- Con un monto no mayor a USD 40.000, pagadero en un plazo de 5 años. Dirigidos a personas naturales o jurídicas privadas, legalmente establecidas en el país con un mínimo de 10 empleados permanentes incluido el propietario, cuyos activos totales, excluidos terrenos y edificios no superen los USD 20.000. Destinado para el financiamiento de terrenos, inmuebles vinculados directamente con el proyecto y capital de trabajo

**FOPEX** (Fondo de Promoción para Exportaciones).- Es una línea de crédito de la CFN referente a la Línea para Fomento y Promoción de Exportaciones. Con un monto aproximado de USD 250.000 FOB pagaderos en un plazo comprendido de tres a seis meses, dirigido a personas naturales o jurídicas legalmente establecidas en el país que realice exportaciones de bienes, destinado para gastos de Pre- embarque, pre-post embarque y Post embarque.

**CREDIPYME CFN.**- Línea de Crédito directa de la CFN. Para empresas con ventas de hasta USD 5.000.000 sean Persona Natural, Persona Jurídica privada o Persona Jurídica con capital social mixto (mínimo el 7051% de capital privado). Con plazos de: Activo Fijo hasta 10 años, Capital de Trabajo hasta 2 años, Capital de Trabajo para Construcción hasta 3 años, Asistencia Técnica hasta 2 años. Interés de hasta el 9% aproximadamente.

**Capital de Trabajo CFN.**- Línea de Crédito Resolvente de la CFN. Beneficiario son personas naturales o jurídicas, monto desde USD 25.000 hasta USD 2.000.000, Plazo con vigencia de la línea hasta 2 años con revisión anual y desembolso hasta 360 días. Tasa de interés informada por la CFN.

**MICROCRÉDITO CFN.**- Financia proyectos Productivos en Condiciones preferentes. Son beneficiarias las personas naturales. Con monto de USD 500 hasta USD 5.000 de manera incremental en función a la capacidad de pago y requerimientos del microempresario o del grupo asociativo.

#### **1.7.7. Programas de asistencia técnica**

En beneficio de la pequeña y mediana empresa, existen una serie de programas que buscan principalmente, asesorar, capacitar y proporcionar asistencia técnica, entre los cuales tenemos: Servicio Ecuatoriano de Capacitación profesional (SECAP),

Otra entidad encargada de esta actividad, es la Dirección Nacional de Competitividad de las Micro empresas y Artesanías del MIC. Que busca incrementar la capacitación e innovación tecnológica para ofrecer precios atractivos internacionales. Considerando que el 10.7% del Producto Interno Bruto del país, corresponde al mercado de Artesanías.

#### **1.7.8. Promoción de exportaciones**

La entidad encargada es la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones-CORPEI, quien cumple en las áreas de información, capacitación asistencia técnica, desarrollo de mercado, promoción externa y otras que tengan como objeto la diversificación e incremento de la oferta exportable y promoción en el exterior.

A estos beneficios pueden acceder todas las personas naturales y jurídicas que exporten o deseen exportar, para lo que cuentan con procesos tales como los siguientes:

- Diversificación de Mercados, productos y exportadores.
- Incremento del valor agregado en los productos y volúmenes exportados.
- Identificación de nuevos productos y servicios con potencial exportador.
- Perfeccionamiento de la inserción de las empresas y productos ecuatorianos en los sistemas de comercialización internacional.
- Participación en eventos internacionales como: Ferias, exposiciones, Encuentros empresariales

Otra de las Entidades creadas para este efecto es la Federación Ecuatoriana de Exportadores- FEDEXPOR- “Sirve para mejorar y crear condiciones favorables para la actividad exportadora del país, con una efectiva gestión y dialogo político. Además busca incrementar el nivel de competitividad internacional del sector exportador.

Los principales servicios a mencionarse en la asistencia técnica y capacitación, información comercial, promoción del país y mercados, servicios directos y por medio de convenio, como certificados de origen, estudios de factibilidad, entre otros.

### **1.8. Estructura Organizacional (propuesta)**

Será la Determinación de la Organización Humana que se aplicada en la Empresa.

#### **1.8.1 Tipo de Organización**

El tipo de organización elegida para nuestro proyecto es la Organización Lineal, la cual por sus características es la más conveniente a implementarse, a continuación podemos observar las características, ventajas, desventajas y el campo de aplicación de la Organización Lineal.

#### **1.8.2 Organización Lineal**

Es una organización muy simple y de conformación piramidal, donde cada jefe recibe y transmite todo lo que sucede en su área, cada vez que las líneas de comunicación son rígidamente establecidas.

##### **Características**

- Autoridad lineal y única: Es la autoridad del superior sobre los subordinados.
- Líneas formales de comunicación: La comunicación se establece a través de las líneas existentes en el organigrama.
- Organización formal: Es un sistema de tareas bien determinadas, cada una de estas tiene en si una determinada cantidad específica de autoridad, responsabilidad y deber de rendir cuentas.

Esta organización facilita la determinación de objetivos y políticas, es una forma de organización fija y predecible, lo que permite a la empresa anticipar sus futuros logros.

##### **Ventajas**

- Mayor facilidad en la toma de decisiones.

- No hay conflictos de autoridad. 62

- Es claro y sencillo.

- Es útil en las pequeñas empresas.

- La disciplina es fácil de mantener.

#### Desventajas

- Es rígida e inflexible.

- La organización depende de hombres clave.

- No fomenta la especialización.

- Los ejecutivos están saturados de trabajo, no se dedican a labores directivas si no que de operación simplemente.

#### Campo de la aplicación de la Organización Lineal

- Cuando la Organización es pequeña.

- Cuando la empresa está comenzando su desarrollo.

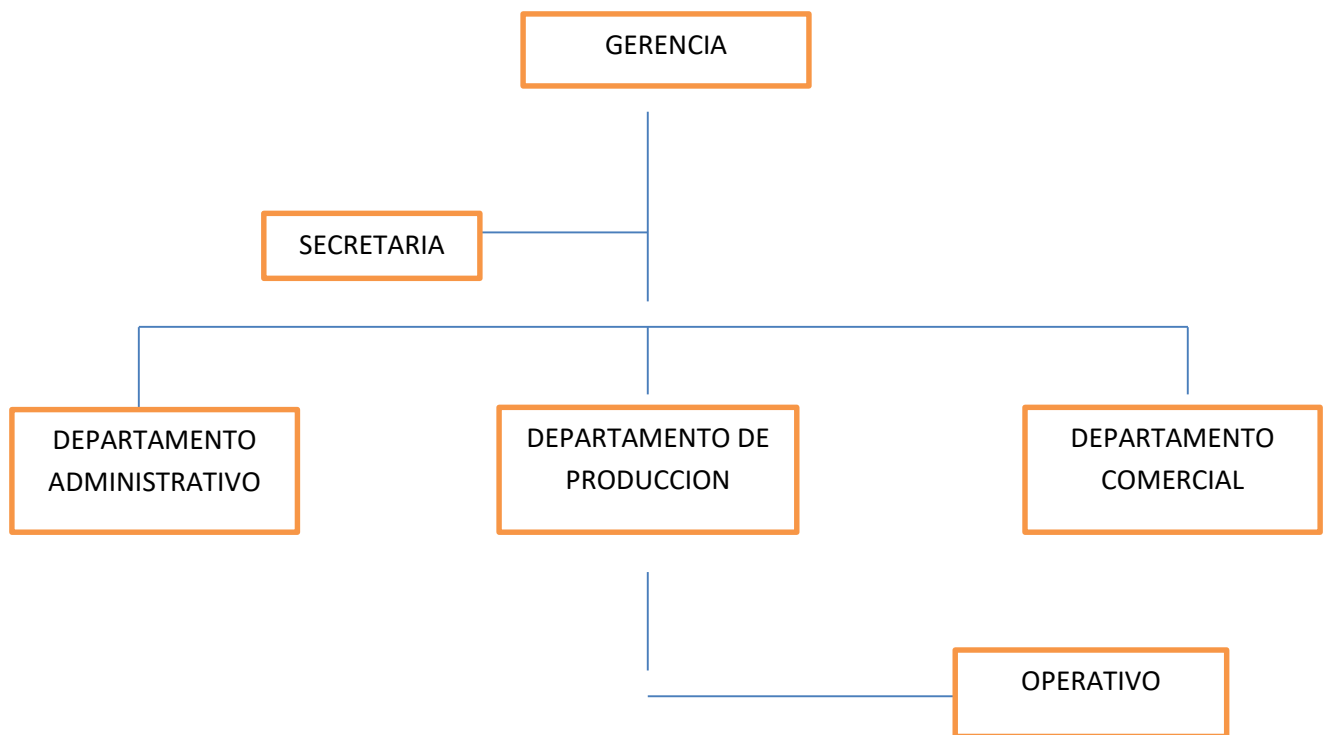
- Cuando las tareas llevadas a cabo son rutinarias.

### **1.8.2. Organigramas de la Empresa**

Los organigramas estudiados a continuación son Estructural, Por Posiciones y Funcional.



#### 1.8.4. Organigrama Estructural



Elaborado por Jhoana Chimbo

Fuente: Investigación realizada

## **CAPITULO II**

### **2. Diagnostico**

#### **2.1. Análisis del macro entorno**

##### **2.1.1. Político económico**

El gobierno actual, dentro de las proyecciones de su política de apoyo, considera importante el desarrollo de programas destinados a promover acciones que permitan el crecimiento y eficiencia de actividad artesanal, de acuerdo a la actual realidad socio económico del país.

El mercado artesanal, presenta uno de los problemas más críticos de la actividad artesanal, el cual trae consigo distorsiones en la distribución, circulación y comercialización final del producto.

La artesanía regional, presenta serias limitaciones de crecimiento para responder al ritmo, volumen y variación de la demanda, careciendo de estrategias de comercialización.

Adolece de nuevas formas de organización, que permita articular su tradición con nuevas técnicas y diseños apropiados para insertar en el mercado de consumo de artesanía.

De tal manera que el sector artesanal es una prioridad para el gobierno, por tratarse de una actividad productiva que involucra directa o indirectamente a 4.5 millones de ecuatorianos, lo cual representa el 32.7% de la Población Económicamente Activa.

Los artesanos, además de contribuir al desarrollo económico del país, son actores claves en la preservación material e inmaterial del Patrimonio cultural de nuestro pueblo.

Precisando la participación de los artesanos en el ámbito productivo, el sector artesanal está constituido en más del 80% por unidades básicas familiares y, que el aporte a la generación de empleo, llega al 12.3% de la población urbana a nivel nacional.

Las políticas del gobierno con una visión integral, buscan eliminar la informalidad, incrementar los volúmenes de producción, elevar la asociatividad y procurar un mayor

acceso al crédito productivo para; mejorar las capacidades productivas, en posicionar la artesanía ecuatoriana, en capacitación e intercambio de experiencias y creación de nuevas tendencias artesanales, en ampliar las oportunidades de promoción y la búsqueda de mercados para la exportación.

El gobierno actual considera importante el desarrollo de programas destinados a promover acciones que permitan el crecimiento y eficiencia de actividad artesanal, de acuerdo a la actual realidad socio económico del país.

Finalmente se ha tratado de identificar y caracterizar la realidad, y problemática de la Artesanía nacional en su extensión, pero considero que aún no es completa, sin embargo, no es una limitación para que investigue en base a una estrategia de desarrollo y promoción artesanal en corto y mediano plazo enmarcado dentro de los lineamientos y acciones de política del sector.

### **2.1.2 Sistema Medioambiental**

El sistema de gestión ambiental establece un proceso estructurado para el logro del mejoramiento continuo, cuya proporción y alcance podrán ser determinados por la empresa a la luz de circunstancias económicas y de otro tipo. Aunque se espera alguna mejoría en el desempeño ambiental, debida a la adopción de un enfoque sistemático, deberá entenderse que el sistema de gestión ambiental es una herramienta que permite que la empresa alcance y controle sistemáticamente el nivel de desempeño ambiental que se fija para sí misma. La implantación y la operación del sistema de gestión ambiental no resultará, por sí misma, una reducción inmediata de los impactos ambientales adversos.

Un SGA proporciona orden y coherencia a los esfuerzos de una empresa por considerar las preocupaciones ambientales, mediante la asignación de recursos, la asignación de responsabilidades, y la evaluación continua de prácticas, procedimientos y procesos.

Los principios para la implementación de un SGA, entre otros, son los siguientes:

- a. Reconocer que la gestión ambiental está entre las más altas prioridades de la empresa,
- b. Determinar los requisitos legales y los aspectos ambientales asociados con las actividades, los productos y los servicios de la empresa,

- c. Desarrollar el compromiso de la dirección y los empleados para la protección del medio ambiente, con una clara asignación de los deberes y responsabilidades
- d. Establecer un proceso para alcanzar los niveles de desempeño fijados,
- e. Proporcionar recursos apropiados y suficientes, incluyendo entrenamiento, para alcanzar los niveles de desempeño fijados sobre una base continua,
- f. Evaluar el desempeño ambiental respecto a la política, los objetivos y metas ambientales de la empresa, e instrumentar mejoras donde sea apropiado.

### **2.1.3. Talento Humano**

Talento se define como las dotes intelectuales que dan valor a un individuo, así, el conjunto de estos valores constituye el Capital Humano en una organización, sea cual fuere su tipo. Como todos los valores, el Capital Humano, considerado como un activo intangible. Se ha bautizado a nuestra época como la "Era del Talento", es decir, el tiempo en que el capital y la tecnología ya no son suficientes para que una organización se mantenga vigente y sobreviva en el entorno globalizado de hoy, sino que ahora es indispensable contar con capacidad de innovación y talento.

Talento humano frente a las actividades artesanales

#### **2.1.3.1 La migración**

La MIGRACIÓN es el desplazamiento de la población que se produce desde un lugar de origen a otro de destino y lleva consigo un cambio de residencia habitual. Presenta dos enfoques:

**Emigración.- es la migración de una persona desde un territorio hacia el exterior.**

**Inmigración.- es la migración de una persona desde el exterior hacia un territorio.**

#### **2.1.3.2 Causas de la migración:**

**\* Crisis económica**

**\* Disminución de empleo**

- \* Búsqueda de un mejor futuro que no se vislumbra en Ecuador, ni con mayor capacitación.
- \* Obtener una remuneración más digna para mejorar el nivel de vida.
- \* Reunificación familiar.

#### **2.1.3.3. Consecuencias de la migración:**

- \* Desintegración familiar.
- \* Creación de pandillas, esto incluye la drogadicción y el alcoholismo en jóvenes.
- \* El impacto recae sobre los hijos de los migrantes los cuales sufren abusos como pueden ser: sexuales, físicos y psicológicos.
- \* Explotación y abuso de la mano de obra tanto en hombres como mujeres.
- \* Enfrentar problemas de deportación ya que los migrantes se encuentran indocumentados y se convierten en prófugos de la ley.
- \* Discriminación racial y en varias ocasiones maltratos y robos.
- \* Arriesgan su vida y en ocasiones perderlas; por buscar una fuente de trabajo fuera del país.

#### **2.1.3.4. Soluciones para la migración:**

- \* El estado debe implementar fuentes de trabajo, explotando los recursos naturales que nos brinda el Ecuador.
- \* Se debe planificar nuevas vías de progreso. Esto implica generar mayores puestos de trabajo en diversos sectores públicos y privados.
- \* La sociedad debe intervenir para inculcar a los jóvenes valores de ética y moral.
- \* Incrementar microempresas mediante financiamientos, guías y asistencias básicas.
- \* La educación debe ser brindada en condiciones óptimas, con maestros bien instruidos y de alto nivel académico, además de contar con nuevos centros de estudio que contribuirán a elevar el nivel académico.

#### **2.1.4. Relaciones Comerciales del Ecuador a nivel mundial.**

En la actualidad se evidencia la ausencia de una política de Estado en materia de comercio exterior. Esta situación es desventajosa para el país, ya que necesitamos tener oportunidades de acceso preferencial a los mercados del mundo, puesto que nuestra visión de negocios debería ser procurar vender más productos, ya que de esa manera haremos que se desarrolle la producción y, por tanto, que se genere empleo en el país.

A diferencia de esta visión, el Ecuador ha optado por restringir importaciones a través de la aplicación de una salvaguardia de balanza de pagos, así como de un salvaguardia cambiaria contra Colombia. Más allá de la legalidad de estas medidas, el modelo de protección mediante la aplicación indiscriminada e indefinida de aranceles, no logrará el objetivo a largo plazo de desarrollar la economía del país.

Es legítimo aplicar medidas de defensa comercial que procuren corregir distorsiones en el mercado interno, siempre que estas sean provocadas por medidas artificiales aplicadas por Gobiernos o empresas de otros países, que imposibiliten a la industria nacional competir en iguales condiciones. Pero nunca aplicar estas medidas únicamente por razones políticas o simplemente para trabar el comercio, ya que a la larga el resultado será que todos habremos perdido.

En el caso de la Comunidad Andina de Naciones, el proceso de integración ha estado estancado hace mucho tiempo, situación que se empeoró a partir de la aplicación de las salvaguardias antes citadas. No obstante, el mercado andino es fundamental para el Ecuador, razón por la cual debemos insistir en profundizar la relación comercial con Colombia y Perú, buscando complementariedades entre nuestros países, siempre apuntando al crecimiento del comercio intracomunitario.

En lo respecta a las negociaciones entre los Países Andinos y la Unión Europea, proceso que arrancó en el 2008 y que ha tenido algunos tropiezos, Colombia y Perú están a punto de concluir su negociación, en tanto que el Ecuador en septiembre del 2009 decidió suspender su negociación y asistir tan solo como observador del proceso.

Respecto a nuestras relaciones con Venezuela, a pesar que las preferencias arancelarias de la CAN se deben mantener hasta el 2011, el Gobierno venezolano ha incorporado en su legislación una serie de mecanismos de control para el otorgamiento de divisas (CADIVI),

sujetos a un certificado de no producción o de insuficiencia de producción de su industria, los cuales han provocado serias demoras en los pagos de las exportaciones realizadas, así como la imposibilidad de exportar debido a la traba del certificado mencionado. Esto genera que un mercado tan grande y con múltiples necesidades, como es el venezolano, sea de alto riesgo para los productores ecuatorianos.

Con los Estados Unidos las cosas tampoco son claras, especialmente desde la lamentable decisión del Ecuador de no llegar a un acuerdo comercial permanente con el más importante de los socios comerciales de nuestro país. Eso nos ha obligado a seguir ligados a la permanente peregrinación para lograr una renovación del ATPDEA, situación que ha provocado gran incertidumbre ante nuestros clientes en USA. Se espera que los Gobiernos de ambos países logren llegar a un acuerdo de largo aliento, con reglas claras, que nos garantice el acceso preferencial a ese mercado.

Con Chile se ha profundizado el Acuerdo No. 32 incorporando al mismo algunos temas como: solución de controversias, servicios, inversiones, etc. En este año la Asamblea Nacional ratificó este Acuerdo, con lo cual entrará en vigencia inmediatamente.

En lo que tiene que ver con el Acuerdo No. 59 suscrito con los países del MERCOSUR, Brasil y Argentina profundizaron unilateralmente las preferencias arancelarias a favor de Ecuador. En el caso de las preferencias otorgadas por Brasil, las mismas están pendientes hasta que se protocolicen ante la ALADI, luego de lo cual entrarán en plena vigencia.

En el nuevo mecanismo del ALBA se han realizado varias reuniones para avanzar en el proceso de conformación de un TCP (Tratado de Comercio entre los Pueblos).

[http://www.aite.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=14&Itemid=22](http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=14&Itemid=22)

## **2.2. Micro entorno**

### **2.2.1 Ingeniería del proyecto**

La ingeniería está dirigida a solucionar todo lo concerniente con la instalación y el funcionamiento de la planta, el cual incluye desde la descripción del proceso de producción de los bienes materiales incluyendo la selección de la tecnología que se deba aplicar, adquisición de equipos y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta

#### **2.2.2. Infraestructura**

Podemos observar que el área total es de 60 metros cuadrados de construcción con una edificación de tres pisos los cuales se dividen en:

Primera planta

Local comercial donde se exhibe a la venta todas las artesanías, se recibe cursos y capacitaciones para mejorar el trabajo manual y crear nuevos y mejores productos.

Segunda planta

Se elabora todas las artesanías utilizando diferentes herramientas, utensilios y materia prima, bodega.

Tercera planta

Vivienda de la gerente de la microempresa FACIL ARTE

#### **2.2.3. Materiales y herramientas**

Colocar la maicena, goma blanca, formol y aceite de glicerina en una sartén de teflón, llevamos a cocción lenta y con una paleta de madera mezclamos todos los ingredientes hasta obtener una masa homogénea.



## **Teñido**

Dividir a la masa por parte iguales dependiendo cuantos colores vamos a necesitar, coloreamos la masa utilizando oleos, se deberá amasar hasta que quede firme el color.

### **2.2.3.1. Moldear**

A la masa se deberá desplazar del plástico y dependiendo la figura se procederá a dar forma siendo este el caso de muñecas(os), animales, la mejor herramienta para esto serán las manos, pero para los diseños que se utiliza molde, vestimenta, flores se deberá extender la masa y alisar con el rodillo hasta que no queden grumos, todo esto será, dependiendo figura que deseemos elaborar.

### **2.2.3.2. Herramientas**

- Bolillo.- Herramienta que sirve para alisar la masa
- Acocadores.- Instrumento metálico para hacer huecos o acocar las partes de una figura.
- Cortadores de Aluminio.- Objeto que sirva para partir con diferente forma la masa: hojas, flores.
- Moldes.- Da una forma más específica para elaborar la figura de masa:
- Bisturí.- pueden tener una hoja fija o desechable. Las hojas de los escalpelos están extremadamente afiladas y sirve para cortar pedazos de la masa que está completamente lisa para ser adornos en la figuras de porcelanicon.

### **2.2.3.3. Accesorios**

Esto dependerá de la artesanía elaborada, en el caso de los prendedores deberá usarse imperdibles, para los adornos de refrigeradora o adornos de decoración en espacios metálicos se usan apliques o imanes y para la decoración dependerá de la creatividad de cada artesano.

- Imperdibles.- son más utilizados para los prendedores de porcelanicon.
- Apliques.- figuras de porcelanicon que se utilizarán para pegar en partes metálicas deberán llevar este accesorio para que su uso correcto.

- Encajes – Cinta de Razo- Cordón dorado.- Sirve hacer moños, adornos, entre otros..
- Alambre.- Para encajar u organizar los distintos abalorios. Hay de distintos metales y grados de dureza.
- Pistola de Silicona.- Sirve para colocar pegamento en caliente

#### **2.2.3.4. Secado al Frío**

La Artesanía de porcelanicron deberá ser expuesta aún ventilador para que el secado rápido.

#### **2.2.3.5. Lacar**

Para darle un acabado óptimo y de calidad es recomendable lacar las figuras, de esta manera tendrá un brillo elegante y buena acogida en el mercado.

#### **2.2.3.6. Selección**

Consiste en clasificar en dos grupos, tomando en cuenta que figuras estarán designadas para el mercado nacional y cual hacia el mercado internacional.

#### **2.2.3.7. Embalaje y Almacenamiento**

El embalaje es uno de los elementos más importante en el negocio de la exportación. La utilización correcta de ellos permitirá preservar la calidad del producto, aquí algunos aspectos técnicos de los embalajes más comunes.

Dentro del manejo adecuado de las Artesanías de porcelanicron, se ha determinado que el traslado debe hacerse de la siguiente manera:

Primeramente envolver la artesanía en esponja, no muy gruesa y ser ubicada en cartón corrugado con separadores.

Los cartones a emplearse, poseen la información necesaria para la identificación de la empresa, producto, país de origen y recomendaciones para el manipuleo de la mercadería. Debe ser almacenado en un lugar seco, y lejos del sol, puesto que la exposición al mismo

cambiaría el color de la figura, de la misma, manera deberá estar protegida de la humedad, que despegaría las piezas que componen la artesanía.

La preservación de la artesanía para evitar que se descomponga esta al momento de la preparación de la masa, cuando se añade el formol y para finalizar la Artesanía es protegida con laca, estos hechos harán que la figura no sufra desgaste alguno.

#### **2.2.3.8. Etiquetado**

Todo envío debe ser objeto de un cuidadoso marcaje, en razón que es una operación esencial para el proceso de exportación, principalmente porque debe contener las especificaciones, conforme a la reglamentación del país de destino.

El resultado del embalaje y del marcaje nos da la Lista de Empaque, (PackingList) que debe estar numerada en cada bulto. Para lo cual es necesario las siguientes especificaciones: Un ejemplo de artesanía de porcelanicron más común para exportar.

La Marca: “FACIL ARTE”

Peso Bruto en kilogramos: 0.48

Peso Neto en Kilogramos: 0.60

Detalle de su contenido: Artesanías de PORCELANICRON

Este es el proceso se deberá seguir para la elaboración de figuras de Artesanías de PORCELANICRON, las cantidades que se utiliza dependerá de cuantas figuras se van a elaborar diariamente, este estudio técnico será explicado en el capítulo III.

#### **2.2.4. Canales de Distribución**

Canal de Distribución.- Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que este pasa del fabricante al consumidor final o al usuario industrial.

El canal de un producto se extiende solo hasta la última persona u organización que lo compro sin introducir cambios importantes en su forma. En el presente proyecto tendrá dos opciones para realizar dichas exportaciones.

La primera es que el artesano, que es el encargado de elaborar las artesanías, posteriormente, el mayorista las adquiere dichas artesanías con las que genera exportaciones a los diferentes mercados internacionales.

Otra alternativa de comercialización externa es a través de terceros, que son los encargados de ofrecer una extensa gama de alternativas para incursionar en los mercados externos, de manera que el empresario tiene la posibilidad de conectarse con el medio internacional a fin de colocar su producción por medio de bróker, comisionista o concesionarios

### **2.2.5. Económico y Financiero**

En la actualidad cuenta con el capital propio para el giro del negocio, en inventarios tiene alrededor de 150000 dólares americanos, la cancelación a los proveedores las realiza en pago contra entrega, mano de obra 2 ayudantes que ganan el 30% de comisión por la venta e cada artesanía realizada lo cual representa un gasto de 120 dólares americanos mensuales.

La infraestructura es propia.

Patente: cancela una cantidad de 38 dólares americanos.

Impuestos: tarifa 0% por tanto no cobra IVA por ser artesana calificada.

### **2.2.5. Análisis del FODA general**

#### **FORTALEZAS**

- Calidad de los Productos Artesanal.
- Mano de obra experimentada.
- Materia Prima no tóxica.

#### **OPORTUNIDADES**

- Acuerdos Comerciales (SGP).
- Demanda insatisfecha de Artesanías de PORCELANICRON en muchos países.
- Reconocimientos de los productos ecuatorianos en el mercado internacional.

## **DEBILIDADES**

- Costos elevados de producción.
- Altos costos de investigación.
- Poca experiencia en proyectos artesanales.

## **AMENAZAS**

- Altos costos de transporte interno y externo.
- Culminación repentina de acuerdos y beneficios arancelarios.
- Diferencial Cambiario.
- Inestabilidad Política.

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Joana Chimbo

## **2.1. Matriz FODA de la microempresa FACIL ARTE**

### **2.1.1. FORTALEZAS**

El capital humano acostumbrado a las oscilaciones económicas

La capacitación como elemento estratégico de desarrollo

La proximidad con los clientes

### **2.1.2. OPORTUNIDADES**

El interés de organismos multilaterales de crédito de financiar proyectos de inversión y reconversión vinculados a este segmento.

El acceso relativamente fácil a recursos naturales básicos para los procesos productivos.

El resurgimiento de la cultura emprendedora.

### **2.1.3. DEBILIDADES**

La presencia del liderazgo fuertemente paternalista y que casi las dos terceras partes de las Pymes son empresas familiares.

La dirección excesivamente enfocada al corto plazo

La falta de exportaciones en sus estrategias corporativas

### **2.1.4. AMENAZAS**

La alta competencia desleal vigente en la economía

La alta precisión tributaria y la baja contraprestación de servicios públicos.

Y que las Pymes no son tomadas en cuenta a la hora de hacer acuerdos comerciales internacionales.

## **CAPITULO III**

### **3.1. Estudio de Mercado**

El estudio de mercado, tiene por objetivo cuantificar los bienes y servicios que podrían ser aceptados en el mercado.

Los datos serán extraídos de todas las entidades que manejen datos estadísticos, Dirección Nacional de Artesanos (MICIP), Ministerio de Relaciones Exteriores, Junta Nacional de Artesanos, apoyo de páginas en internet, lo cual nos será de mucha ayuda para llegar a conocer nuestra Oferta y Demanda para el proyecto de factibilidad de exportar Artesanías de porcelanica al mercado Alemán.

#### **3.1.2 Objetivos para el estudio de mercado**

##### **3.1.2.1. Objetivo General**

- Elaborar un Estudio de Mercado para conocer la demanda, oferta, los posibles proveedores y los consumidores de Artesanías de porcelanicon.

### **3.1.2.2. Objetivos Específicos**

- Medir la potencialidad demanda (futuros clientes), basándose en hechos reales y confiables.
- Definir las características del producto propuesto.
- Determinar el precio del producto.
- Determinar estrategias comerciales orientadas al cumplimiento del nivel de ventas.
- Plantear estrategias de servicio al cliente e imagen las cuales nos permitan ser más competitivos y tener mayor valor agregado dentro del mercado.

Cuantificación de los potenciales demandantes.

### **3.1.3 Mercado Meta Internacional “ALEMANIA”**

Las relaciones diplomáticas del Ecuador con el Imperio Alemán se inician con la suscripción de un Tratado de Amistad el 28 de marzo de 1887, el mismo que fue canjeado el 29 de marzo de 1888.

En 1990 la Comunidad Económica Europea, (Unión Europea), implementó la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas de la Comunidad por un período de cuatro años, revisables cada dos años para Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y posteriormente Venezuela, utilizando los mismos argumentos tomados en cuenta por los Estados Unidos para establecer la ATPA.

A través de la Ley de Preferencias Andinas, la Unión Europea mejoró la cobertura para los productos industrializados, incluyendo algunos productos agrícolas que antes no constaban en el SGP, entre los que no constan limones, fresas y el banano que para el Ecuador constituye el principal producto de exportación dentro de los no petroleros.

De acuerdo con los principios del SGP, la Unión Europea sigue privilegiando las importaciones de productos industrializados para los cuales ha otorgado en algunos casos,

exoneración, y para otros, ha concedido disminuciones significativas del arancel frente al que se encuentra vigente para otros países que no sean los andinos. Se ha solicitado ampliar la cobertura de la Ley, incluyendo a los productos agrícolas que constituyen la base fundamental de las exportaciones de los Países Andinos para que se cumplan los objetivos del SGP.

Alemania ha manifestado su interés de mantener el esquema SGP, la cobertura es menor y beneficia principalmente a productos industrializados, entre los que se encuentran las artesanías.

Ecuador es un país donde se elabora una gran variedad de artesanías con materiales muy diversos. La artesanía ecuatoriana se destaca por sus coloridos diseños y creativas formas, que reflejan la riqueza de nuestras cuatro regiones naturales. Paisajes, personas, animales, creencias y mitos son plasmados con gran habilidad por los artistas artesanos; obteniendo artesanías que llevan a todo el mundo un mensaje de alegría y hermandad.

Ecuador posee una gran cantidad de recursos naturales, que permiten a sus artesanos e industria artesanal ofrecer su extensa gama de artesanías. Los artesanos e industrias artesanales mantienen la riqueza autóctona de los diseños, pero se capacitan y especializan a fin de salir a mercados internacionales ofreciendo volumen, calidad y cumplimiento en las entregas.

[[www.mmrree.gov.ec](http://www.mmrree.gov.ec)]

#### **3.1.4. La República Federal Alemania**

Existen muchos mercados y oportunidades comerciales para las Artesanías de porcelanícron en el mundo por ejemplo: Estados Unidos, España, Canadá, Chile, Reino Unido, Alemania, Italia y Francia; entre otros países. Pero Alemania es el mercado objetivo, a continuación estudiaremos las características principales.

República Federal de Alemania





Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: El Autor

### 3.1.5 Situación Geográfica

La República Federal de Alemania (Bundesrepublik Deutschland) limita al norte con el mar del Norte, Dinamarca y el mar Báltico; al este con Polonia y República Checa; al sur con Austria y Suiza, y al oeste con Francia, Luxemburgo, Bélgica y Países Bajos.

[[www.ecuadorexporta.org/alemania/alemania.htm](http://www.ecuadorexporta.org/alemania/alemania.htm)] 16

Información General

Área total: 357 021 Km<sup>2</sup>

Capital: Berlín.

Ciudades importantes: Berlín, Hamburgo, Munich y Colonia. Francfort / Meno

Moneda: EURO

Tipo de Gobierno

La República Federal de Alemania tiene una forma de gobierno democrático-parlamentaria. La Ley Fundamental de Alemania está en vigencia desde 1948. El Poder Legislativo está formado por la Cámara de Bundestag (Parlamento Federal) y el Bundesrat (Consejo Federal, integrado por los Ministros-Presidentes de los Estados).

El Presidente de la República Federal es el Jefe de Estado, elegido por cinco años por la Asamblea Federal. El Jefe de Gobierno es el canciller federal, que es elegido por el Bundestag. El órgano máximo del Poder Judicial es el Tribunal Constitucional Federal, con sede en Karlsruhe.

### **3.1.6. Recursos Naturales**

Carbón, lignito, gas natural, hierro, cobre, níquel, uranio, potasa, sal, materiales de construcción, madera, tierra arable, centeno y la cebada (para elaborar cerveza). - En el oeste: papas, trigo, cebada, remolacha azucarera, frutas, coles, ganado, cerdos, avicultura; En el este: trigo, avena, cebada, patatas, remolacha azucarera, frutas, carne de vacuno, avicultura, leche, cueros. El sector de la pesca es muy activo.

### **3.1.7Clima**

“El clima de Alemania constituye un tipo de transición entre el marítimo (zona de vientos occidentales moderados y templados del Océano Atlántico) y el continental en la parte oriental. “

### **3.1.8 Características de la Población**

El promedio de habitantes en los último años es de 82.400.996 (Julio 2007 estimado) en Alemania, para nuestro proyecto es necesario estudiar a profundidad a la población, razón por la cual a continuación estudiaremos las características generales.

### **3.1.9Aspectos Generales de la Población**

- Tasa de natalidad: 9 nacimientos/1.000 habitantes (2011 est.)
- Tasa de mortalidad: 11 muertes/1.000 habitantes (2011 est.)
- Tasa de migración neta: 0.71 migrante(s)/1.000 habitantes (2011 est.)
- Tasa de crecimiento: -0,2% (2011 est.)

### **3.1.10. Demografía (distribución)**

0-5 años (5.60%)

6-14 años (9.44%)

15-24 años (11.53%)

24-44 años (30.00%)

45-65 años (25.93%)

>65 años (17.50%)

### **3.1.11. Aspectos Económicos de la Población**

- Producto Interno Bruto (PIB) per cápita: \$43.689 (2011 est.)
- Ingreso por habitantes: USD 27.000
- Población Económicamente Activa: 50% del total
- Extranjeros que viven en Alemania: 7 millones, 8.5% del total
- Desempleados: 12.2% de la población económicamente activa.

\*Porcentajes de turistas de Alemania en el Ecuador 2.41% MINISTERIO DE TURISMO

### **3.1.12. Distribución Territorial de la Población**

- Viven en 82 grandes ciudades: 30,22% del total.
- Viven en Pueblos y Ciudades: 61,05%.
- Viven en localidades de hasta 2.000 habitantes: 7,74% del total.
- Densidad poblacional: 240 habitantes por km.

### **3.1.13. Proyección de la población Alemana**

La proyección de la población de Alemania fue realizada por la oficina federal de estadísticas de Alemania desde el año 2004-2050 para nuestro proyecto utilizaremos solo los datos proyectados en el periodo 2010-2015

#### **Tabla N.- 1**

Población total de Alemania

Año	Habitantes
2010	83.100
2011	83.070
2012	83.040
2013	83.010
2014	82.980
2015	82.950

Fuente: Statistisches Bundesamt

Elaborado por: Joana Chimbo

De acuerdo con los estudios realizados por los organismos especializados, en el comportamiento demográfico de Alemania podemos observar que la población tiene un crecimiento constante hasta el año 2010, a partir de este año se pronostica un decrecimiento constante hasta el año 2050 donde la población aproximadamente tendrá 75 millones de habitantes.

#### **3.1.14. Metodología para determinar la Demanda**

La metodología que se aplicará para la determinación de la Demanda es Consumo Nacional Aparente, analizaremos la producción nacional Alemana, las importaciones y exportaciones de Alemania si las hubiera.

##### **3.1.14.1. Consumo Nacional Aparente**

El Consumo Nacional Aparente en la producción del país es estudio más las importaciones y menos las exportaciones, del producto en estudio. El método del Consumo Aparente para la cuantificación de la demanda se lo realizará a través de la Formula del Consumo Nacional Aparente (CNA), la que utilizaremos después de realizar las proyecciones de las importaciones de Artesanías. Para esto se tomará en cuenta que en Alemania no existe producción de Artesanías como tampoco exportación, razón por la cual la única forma de satisfacer su demanda es realizando importaciones, la fórmula es la siguiente:

$$\text{CNA} = \text{PN} + \text{M} - \text{X}$$

**\*CNA= CONSUMO NACIONAL APARENTE**

**\*PN= PRODUCCION NACIONAL**

**\*M = IMPORTACIONES**

**\*X= EXPORTACIONES**

Por ello se habla de Consumo Nacional Aparente que se define como la producción nacional, más las importaciones (M), menos las exportaciones (X).

#### **3.1.14.2. Proyección de las Importaciones alemanas de artesanías**

Para realizar esta proyección utilizaremos los datos estadísticos de la lista de los países importadores del producto seleccionado; dicho producto se encuentra registrado en la subpartida 960200 como materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas y manufacturas, la cual comparte participación con una variedad de artesanías de características similares que se importan en Alemania; dicho país “aplica el Arancel Común de Aduanas de la CE (CommonExternalTariff), complementado en algunos casos por el Arancel Parcial de Aduanas Alemán y el Código NC de Designación de Mercancías”,

Por lo cual se ha tomado para el siguiente cuadro las importaciones de Alemania, con el fin de realizar las proyecciones necesarias

**Tabla N.- 2**

#### **3.1.14.3. Importaciones de artesanías de Alemania**

<b>AÑO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>2002</b>	<b>TONELADA</b>	<b>769</b>
<b>2003</b>	<b>TONELADA</b>	<b>670</b>
<b>2004</b>	<b>TONELADA</b>	<b>808</b>
<b>2005</b>	<b>TONELADA</b>	<b>784</b>
<b>2006</b>	<b>TONELADA</b>	<b>557</b>

**Fuente: [www.copei.org](http://www.copei.org)**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

En el cuadro anterior podemos observar que se ha importado históricamente más de 769 toneladas de Artesanías de PORCELANICRON en el año 2002 y para el año 2006 las importaciones han bajado a 557 toneladas.

El siguiente cuadro será proyectado basándose en las Importaciones históricas del país, aplicando el método de los mínimos cuadrados cuya ecuación lineal es:

**Tabla N.- 3**

$Y=a+bx$  **proyección**

### **IMPORTACIONES DE ARTESANIAS**

#### **AL MERCADO ALEMAN**

<b>AÑOS</b>	<b>IMPORTACIONES (TON)</b>
<b>2010</b>	<b>531.60</b>
<b>2011</b>	<b>500.60</b>
<b>2012</b>	<b>469.60</b>
<b>2013</b>	<b>438.60</b>
<b>2014</b>	<b>407.60</b>
<b>2015</b>	<b>376.60</b>

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

En el cuadro anterior podemos observar que en el año 2008 está representado por 593,6 toneladas y en el año 2015 con 376.60 toneladas

**Tabla N.- 4**

#### **3.1.14.4. Consumo Aparente de artesanías proyectadas en toneladas**

**2010-2015**

<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCCION NACIONAL</b>	<b>IMPORTACIONES PROYECTADAS</b>	<b>EXPORTACIONES</b>	<b>CONSUMO APARANTE PROYECTADO</b>
<b>2010</b>	<b>0</b>	<b>531.60</b>	<b>0</b>	<b>531.60</b>
<b>2011</b>	<b>0</b>	<b>500.60</b>	<b>0</b>	<b>500.60</b>
<b>2012</b>	<b>0</b>	<b>469.60</b>	<b>0</b>	<b>469.60</b>
<b>2013</b>	<b>0</b>	<b>438.60</b>	<b>0</b>	<b>438.60</b>
<b>2014</b>	<b>0</b>	<b>407.60</b>	<b>0</b>	<b>407.60</b>
<b>2015</b>	<b>0</b>	<b>376.60</b>	<b>0</b>	<b>376.60</b>

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

En el cuadro anterior podemos observar que el resultado del cálculo son las Importaciones Proyectadas, el motivo es que no existe producción y exportación en Alemania, razón por la cual el índice del Consumo Aparente Nacional es el mismo que el de las Importaciones Proyectadas.

#### **3.1.14.5. Consumo per-cápita proyectado (2010-2015)**

Para obtener el resultado del Consumo Per- Cápita proyectado debemos dividir el Consumo Aparente Proyectado para la población proyectada, con la siguiente fórmula:

**Tabla N.- 5**

**Consumo per-cápita= consumo aparente proyectado**

**Proyectado                      #habitantes proyectados**

<b>AÑOS</b>	<b>CONSUMO APARENTE(TON)</b>	<b>POBLACION TOTAL PROYECTADA</b>	<b>CONSUMO REAL PERCAPITA(TON)</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2010</b>	<b>531.60</b>	<b>83.100</b>	<b>0.0000064</b>	<b>30.1%</b>
<b>2011</b>	<b>500.60</b>	<b>83.070</b>	<b>0.0000060</b>	<b>3.20%</b>
<b>2012</b>	<b>469.60</b>	<b>83.040</b>	<b>0.0000057</b>	<b>3.41%</b>
<b>2013</b>	<b>438.60</b>	<b>83.010</b>	<b>0.0000053</b>	<b>3.65%</b>
<b>2014</b>	<b>407.60</b>	<b>82.980</b>	<b>0.0000049</b>	<b>3.93%</b>
<b>2015</b>	<b>376.60</b>	<b>82.950</b>	<b>0.0000045</b>	<b>4.25%</b>

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

En el cuadro anterior está representado el consumo per- cápita real el cual es de un promedio de 0,0000053 Toneladas, lo que indica que es muy poca la población que adquiere las artesanías de PORCELANICRON, pero el conocimiento de las artesanías aumenta según el MIC lo que pronostica un futuro promisorio

#### **3.1.14.6. Demanda Insatisfecha**

La demanda Insatisfecha se presenta cuando la producción o cantidad de bienes o servicios ofrecidos no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

Como está representado en el Cuadro anterior frente a las 56 Toneladas de Artesanías de PORCELANICRON que se van a exportar anualmente se registra una demanda insatisfecha promedio de más del 3%, esto no es un impedimento para que nuestro proyecto pueda registrar utilidades que sea beneficios para las partes.



### 3.1.14.7. Oferta Mundial

Entre los principales países exportadores a nivel mundial de Artesanías de PORCELANICRON se encuentran: Colombia, Perú, Brasil, India, Lituania, Canadá, entre otros.

### 3.1.14.8. Oferta de Colombia

La Red de Artesanas y Artesanos, agrupa a 27 organizaciones artesanales con 1.057 familias asociadas. Es una entidad sin ánimo de lucro, que entrelaza organizaciones artesanales de la Costa norte colombiana para buscar alternativas integrales y conjuntas mediante programas de capacitación, producción y promoción empresarial. Las exportaciones de artesanías son originales de comunidades indígenas; es una iniciativa de carácter intercultural. Se propone aproximar y poner en contacto las culturas de las comunidades indígenas aún existentes y actuantes en el territorio colombiano, con el interés creciente de los habitantes de los conglomerados urbanos de los países occidentales en las expresiones artísticas y artesanales de dichas comunidades y con esa unión se logra satisfacer la demanda de artesanías hacia los países que importadores.

**Tabla N.- 6**

COLOMBIA		
PRODUCTO 960200 MATERIA VEGETALES O MINERALES PARA TALLAR, TRABAJADAS Y MANUFACTURADAS		
AÑO	VALOR EN MILES US\$	CANTIDAD(TON)
2006	24.035	74.2
2005	21.975	72.0
2004	18.777	65.4
2003	13.487	50.4
2002	11.797	43.5

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado:** Joana Chimbo

Para Artesanías de Porcelanícron estarán representadas por el 10% del total de toneladas registrado en la partida arancelaria 960200, siendo así Colombia ha tenido variaciones positivas desde el 2002-2007, la cantidad ofertada para el 2002 era de 43,5 toneladas mientras que el año 2007 ha tenido un aumento el cual es representado por 74,2 toneladas.

([www.usergioarboleda.edu.co/artesanos](http://www.usergioarboleda.edu.co/artesanos))

### 3.1.15.9. Oferta del Perú

CIAP es una Organización de Artesanos peruanos que se dedica a la producción y exportación de artesanías de diferentes tipos y de diferentes regiones del Perú. Además, realiza múltiples actividades para mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los artesanos, sus familias y comunidades.

CIAP busca mejorar las condiciones de vida y trabajo de los pequeños artesanos peruanos mediante la comercialización de sus productos en las condiciones más ventajosas para ellos.

La Principal actividad de CIAP es la exportación de los productos artesanales de sus miembros, lo cual realiza a través de la empresa Intercrafts Perú.

CIAP a través de la empresa Intercrafts Perú también ofrece servicios de exportación, embalajes, consolidación de carga, etc. A cualquier grupo de artesanos, y organizaciones de productores

**Tabla N.- 7**

PERU		
PRODUCTO 960200MATERIA VEGETALES O MINERALES PARA TALLAR, TRABAJADAS Y MANUFACTURAS		
AÑO	VALOR EN MILES US\$	CANTIDAD (TON)
2006	1.291	17.6
2005	902	11.6
2004	830	8.4
2003	724	7.1
2002	402	4.0

**Fuente: Investigación realizada**

**Autor: Joana Chimbo**

Tomando en cuenta que los valores para Artesanías de porcelanicron estarán representadas por el 10% del total de toneladas registrado en la partida arancelaria 960200. Perú ha tenido variaciones positivas desde el 2002-2007, la cantidad ofertada para el 2002 era de 4 toneladas mientras que el año 2007 ha tenido un aumento el cual es representado por 17,6 toneladas.

<http://asociacion.ciap.org./?lang=es>

En comparación entre Colombia y Perú, las exportaciones de ambos países han tenido aumento cada año, esto ha sido beneficio para ambos países en razón que los Artesanos tienen el respaldo económico, moral, social y son siempre tomadas en cuenta en las decisiones del país.

#### **3.1.14.10. Evaluación de las Exportaciones Ecuatorianas**

Las exportaciones Ecuatorianas de Artesanías de PORCELANICRON han registrado variaciones durante el período 2002-2007 tomando como referencia el 25% de las toneladas registradas en la partida arancelaria 960200 para poder comparar las Artesanías de PORCELANICRON, el mencionado porcentaje es mayor a los registrados en Perú y Colombia debido a que Ecuador ha sido el gestor de las Artesanías de PORCELANICRON, ya que ha mantenido la tradición y la cultura del Folklore al momento de fabricar artesanías., siendo así el 17,51 toneladas en el año 2002 y de 37,23 toneladas en el 2007, cabe de resaltar que en los años intermedios a tenido una variación representativa y positiva para las exportaciones ecuatorianas, esto me ayudará a conocer a que mercados se esta enfrentando Ecuador y a darme cuenta de altas y bajas que se podrán presentar en el mercado internacional frente al proyecto que estoy representando.

**Tabla N.- 8**

**3.1.14.11. Ecuador exportaciones de artesanías de porcelanicron**

<b>PERIODO</b>	<b>TONELADAS</b>	<b>VALOR FOB</b>	<b>25% DE ARTESANIAS EN PORCELANICRON</b>
<b>2002</b>	<b>70.05</b>	<b>306.80</b>	<b>17.51</b>
<b>2003</b>	<b>224.62</b>	<b>239.61</b>	<b>56.16</b>
<b>2004</b>	<b>268.36</b>	<b>262.62</b>	<b>67.09</b>
<b>2005</b>	<b>244.25</b>	<b>405.95</b>	<b>61.06</b>
<b>2006</b>	<b>125.48</b>	<b>966.33</b>	<b>31.37</b>
<b>2007</b>	<b>148.91</b>	<b>513.03</b>	<b>37.23</b>

**Fuente: Banco Central del Ecuador y CORPEI**

Elaborado por: Joana Chimbo

Ecuador se encuentra en el mercado internacional con países que exportan grandes cantidades de artesanías, pero para ser un país pequeño ha podido satisfacer favorablemente las peticiones de nuestro consumidor, siendo así las Artesanías de porcelanicron son innatas de nuestro país y la calidad que se demuestra en cada una de nuestras piezas en incomparable

**3.1.15.12. Oferta del proyecto**

La Oferta de Artesanías de PORCELANICRON se divide en dos grupos Internacional y Nacional, esta segunda no es parte de nuestro objetivo principal, pero según las investigaciones, aproximadamente el 20% de la producción no alcanza la calidad óptima para ser exportada, pero tiene la calidad necesaria para ser vendida en los principales locales del País, especialmente en Quito (Calderón), Riobamba, donde es la cuna de las Artesanías de PORCELANICRON, por ende existe ahí la mayor demanda a nivel nacional.

**Tabla N.- 9**

**3.1.15.13. Producción anual en (toneladas)**

<b>PRODUCCION</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
<b>ARTESANIAS DE PORCELANICRON EXPORTABLE</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
<b>ARTESANIAS DE PORCELANICRON NACIONAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

En el cuadro se puede observar que la oferta del proyecto es constante en los cinco años del proyecto, con 20 toneladas de Artesanías de porcelanicron por año, la razón estará explicada con detalle en el Estudio Técnico

**3.1.14.14. Mercado Nacional**

El Mercado Nacional no es parte del objetivo del proyecto, pero de acuerdo con las investigaciones que se han realizado, se podría determinar que aproximadamente el 20% de la producción obligadamente se deberá comercializar dentro del país.

En nuestro país la adquisición de Artesanías de porcelanicron ha sido mínimo pero con el pasar del tiempo las mismas ya han llegado a ser más cotizada por el mercado nacional, nuestro objetivo será vender en los principales locales de Artesanía en la ciudad de Quito y Riobamba las 4 toneladas al año que producirá nuestra empresa, los precios variarán dependiendo del tamaño de la Artesanía.

Se comercializara artesanías con variedad de tamaños, precios cómodos para el cliente nacional o visitante extranjero al país, de igual manera para exportar las artesanías el tamaño de las mismas no podrán ser mayores de 15cm\*10cm, un peso no mayor a 20 gramos porque se corre el riesgo de ser destrozadas, tanto por el viaje, manipuleo y al

momento que los miembros de la aduana revisen nuestras piezas porque pueden sospechar de algo ilícito.

#### **3.1.14.15. Precio**

El precio variará dependiendo de la figura de porcelanicron en razón que como se explicó anteriormente al paso de tiempo el proceso de elaboración a sufrido diferentes cambios, siendo esta la razón de que el precio cambia dependiendo de la artesanía de porcelanicron que se escoja.

##### **3.1.14.15.1 Adornos navideños**

Figuras de porcelanicron elaboradas a mano artesanalmente con dimensiones de 3, 5, 7,10 cm con diseños alusivos a la Navidad. Existirán 20 diferentes adornos navideños los cuales el cliente podrá escoger dependiendo a su gusto y preferencia los precios variaran, dependiendo del tamaño y el material que se haya utilizado para la Artesanía de PORCELANICRON.

SANTA CLAUS



MATERIAL: PORCELANICRON

ALTURA: 8 CM

##### **3.1.14.15.2. MUÑECAS**



MATERIAL: PORCELANICRON

ALTURA: 10 CM

### **3.1.14.15.3. Adornos Típicos**

Figuras de porcelanicron elaboradas a mano artesanalmente con dimensiones de 3, 5, 7,10 cm. con diseños indígenas, animales, flores, portarretratos, apliques para neveras, colgantes, móviles, aretes.

Existirán 15 diferentes adornos típicos, el cliente escogerá dependiendo su gusto y preferencia, los precios variaran, dependiendo del tamaño y el material que se haya utilizado para la Artesanía de porcelanicron.

### **3.1.14.15.4. Nacimientos**

Representación del nacimiento del niño Jesús con 5,6,7,9,10,11,15,20 figuras de porcelanicron elaboradas a mano artesanalmente con dimensiones de 3,5,7,10 cm.

Existirán 11 diferentes nacimientos, el cliente escogerá dependiendo su gusto y preferencia, los precios variaran, dependiendo del tamaño y el material que se haya utilizado para la Artesanía de porcelanicron.



MATERIAL: PORCELANICRON

ALTURA: 5-10 CM

### **3.1.14.15.5. Precios internacionales**

Los precios internacionales que se comercializa la Artesanía en los diferentes países que importa este producto lo tenemos a continuación en el siguiente cuadro, cabe considerar que los precios se presentaran son precios de mayoristas en los mercados de Europa, quiere

decir que las comercializadores y los bróker han cobrado su comisión y se ha realizado la transferencia del CIF con el productor comercializador de los países como Colombia, Ecuador, Perú entre otros

**Tabla N.- 10**

<b>PAISES</b>	<b>PRECIO USD/UNIDA D</b>
<b>SUIZA</b>	<b>10.50</b>
<b>FRANCIA</b>	<b>8.37</b>
<b>ALEMANIA</b>	<b>7.19</b>
<b>PAISES BAJOS</b>	<b>3.53</b>
<b>ITALIA</b>	<b>5.06</b>
<b>SUECIA</b>	<b>2.00</b>
<b>ESPAÑA</b>	<b>13.13</b>

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

En el cuadro de Precios Internacionales podemos observar que el país Europeo que menos paga es Suecia con 2,00USD, y el país que mejor paga es Suiza con 13,13USD. La justificación por haber escogido a Alemania teniendo en cuenta que otros países pagan valores más altos, es la acogida a las Artesanías de PORCELANICRON ecuatoriana por parte de los alemanes, siendo así Alemania el país elegido para dicho proyecto.

La comercialización al exterior se realizara en función a un monto mínimo de pedido de 400 USD. La preparación de los pedidos para el exterior requiere de un tiempo mínimo de 15 días, dependiendo de la cantidad de piezas a elaborar. Los precios de los productos no incluyen el empaque ni el envío de los mismos.

Se consideraran descuentos en los precios en función del monto pedido



### **3.1.15.16. Importadores y vendedores de artesanías de porcelanicron en Alemania.**

En Alemania existen diferentes ciudades que importan Artesanías de Porcelanicron por medio de los mercadillos, estos lugares son recorridos por Residentes y Extranjeros vienen especialmente desde Holanda, Bélgica, Luxemburgo, Francia, Suiza, Austria, República Checa, Polonia y Dinamarca, sólo de los países limítrofes.

Los conocidos como mercadillos que se encuentran en las calles o callejones del País. Especialmente en las fechas de Navidad es cuando las Artesanías de Porcelanicron son más cotizadas por su variedad y calidad en cada una de ellas. Dortmund (hasta 23 de diciembre): 300 toldillos con artesanías, decoraciones y juguetes.

Múnich (25 noviembre hasta el 24 de diciembre): el Christkindlmarkt en la plaza Marienplatz se convierte diariamente en taller celestial de manualidades, el llamado "Himmelswerkstatt".

Berlín (hasta el 24 de diciembre): atmósfera pre-navideña en la plaza Alexanderplatz. Núrnberg (del 25 noviembre hasta el 24 de diciembre): ante escenarios históricos en el mercado principal de Núrenberg donde está la iglesia de Nuestra Señora y vista a las iglesias góticas San Lorenz y San Sebald del casco viejo de la ciudad.

Rüdesheim (hasta el 23 de diciembre): 120 toldillos de 12 países en el casco antiguo de la ciudad de estilo romántico y la mundialmente conocida callejuela Drosselgasse.

Bremen (desde el 24 de noviembre hasta el 23 de diciembre): alrededor de la municipalidad y de la estatua del Roland, considerada patrimonio de la humanidad por la UNESCO.

Fráncfort (desde el 23 de noviembre hasta el 22 de diciembre): en la plaza Paulsplatz y en el Mainkai

Leipzig (desde el 24 de noviembre hasta el 22 de diciembre): la oferta navideña de mercaderías es acompañada por conciertos del coro Thomanerchor y la música del órgano de la iglesia.

Hamburgo (desde el 23 de noviembre hasta el 23 de diciembre): el colorido mercadillo de navidad a lo largo de la calle de Otten se ha entablado a lo largo del tiempo.

Wiesbaden (hasta el 23 de diciembre): los colores: azul y oro, como el lila del escudo de la ciudad, son los que adornan el nostálgico mercadillo de artesanías.

Weimar (desde el 25 de noviembre hasta el 22 de diciembre): la municipalidad se convierte en un gigantesco calendario de Adviento, del que se abre diariamente una ventana.

Después de estas fechas los mercadillos compran Artesanías de porcelanicron dependiendo de las ferias que vendrán, ya que Alemania para cada año elabora un calendario para dichas ferias. Estos mercados tienen sus aperturas en ciudades grandes hasta 6 veces al mes, y en ciudades pequeñas hasta 3 veces al mes.

Existen otras maneras de vender Artesanías de porcelanicron conocidas en Alemania como eBay. Es una red de subastas por Internet, la mayor que existe por el momento y líder en este mercado. Cualquier persona puede registrarse en la página web de eBay y comprar o vender cualquier, bajo distintas formas de compra-venta:

**Subasta:** es la estrella del portal de eBay. El vendedor pone un precio de salida y una duración determinada para el anuncio y mientras dure ese período de tiempo, los compradores pujarán por ella. El pujador más alto se lleva el artículo, bajo las condiciones de entrega y devoluciones impuestas por el vendedor.

**¡Cómpralo ya!:** el vendedor establece un precio fijo y, si el demandante está dispuesto a pagarlo, será suyo. Anuncio clasificado: venta de artículos bajo esta forma de anuncio, en el que se exponen las características del artículo en cuestión y su precio.

Nosotros como microempresa trabajaremos con la propuesta de ¡Cómpralo ya! El vendedor puede establecer sus propias políticas de pagos: PayPal, tarjeta de crédito, transferencia bancaria o contra reembolso en el momento de la recepción del pedido y así se hace constar en el anuncio, junto a la descripción del mismo y la foto, si procede. A cambio de publicar su anuncio,

## **CAPITULO IV**

### **4.1. Plan de exportación de artesanías de porcelanicron (porcelana fría) desde la microempresa fácil arte del cantón Riobamba provincia de Chimborazo hacia Hamburgo—Alemania**

### **4.2. Objetivos**

#### **4.2.1. Objetivo general**

Fijar la Cadena de Distribución Internacional para el proyecto de factibilidad de exportación las Artesanías de Porcelanicron al mercado de Alemania.

#### **4.2.2. Objetivos específicos**

- Posicionamiento de comercialización de Artesanías de Porcelanicron mediante la optimización de costo y tiempo de la cadena de distribución física.
- Determinar el tipo de Comercialización mediante el INCOTERM que resulte más conveniente para el proyecto.
- Asignar a las Artesanías de porcelanicron un tratamiento arancelario adecuado.
- Elaborar la guía de exportación que se deberá seguir para que las Artesanías de porcelanicron lleguen desde el lugar de origen hasta el lugar de destino.

### **4.3. Cadena productiva**

La cadena productiva será tomada en cuenta bajo este proyecto, es decir solo en la rama de artesanías.

La cadena productiva de las artesanías, comprende un amplio conjunto de actividades productivas que se integran entre sí incrementando el grado de elaboración.

#### **4.3.1. Características y Especificaciones del Producto**

Las artesanías son a base de porcelanicron (porcelana fría), elaborados de forma artesanal, su material es porcelanicron y tendremos tres modelos diferentes:

## • **ADORNOS NAVIDEÑOS**

Figuras de porcelanicron elaboradas a mano artesanalmente con dimensiones de 3, 5, 7,10 cm con diseños alusivos a la Navidad. Existirán 20 diferentes adornos navideños los cuales el cliente podrá escoger dependiendo a su gusto y preferencia los precios variaran, dependiendo del tamaño y el material que se haya utilizado para la Artesanía de PORCELANICRON.

### **SANTA CLAUS**



**MATERIAL: PORCELANICRON**

**ALTURA: 8**

### **MUÑECAS**



**MATERIAL: PORCELANICRON**

**ALTURA: 10 CM**

### **ADORNOS TÍPICOS**

Figuras de porcelanicron elaboradas a mano artesanalmente con dimensiones de 3, 5, 7,10 cm. con diseños indígenas, animales, flores, portarretratos, apliques para neveras, colgantes, móviles, aretes.

Existirán 15 diferentes adornos típicos, el cliente escogerá dependiendo su gusto y preferencia, los precios variaran, dependiendo del tamaño y el material que se haya utilizado para la Artesanía de porcelanicon.

## **NACIMIENTOS**

Representación del nacimiento del niño Jesús con 5,6,7,9,10,11,15,20 figuras de porcelanicon elaboradas a mano artesanalmente con dimensiones de 3,5,7,10 cm.

Existirán 11 diferentes nacimientos, el cliente escogerá dependiendo su gusto y preferencia, los precios variaran, dependiendo del tamaño y el material que se haya utilizado para la Artesanía de porcelanicon.



**MATERIAL: PORCELANICON**

**ALTURA: 5-10 CM**

Dentro del manejo adecuado de las Artesanías de porcelanicon, se ha determinado que el traslado debe hacerse de la siguiente manera: Primeramente envolver la artesanía en esponja, no muy gruesa y ser ubicada en cartón corrugado con separadores.

Los cartones a emplearse, poseen la información necesaria para la identificación de la empresa, producto, país de origen y recomendaciones para el manipuleo de la mercadería. Debe ser almacenado en un lugar seco, y lejos del sol, puesto que la exposición al mismo cambiaría el color de la figura, de la misma, manera deberá estar protegida de la humedad, que despegaría las piezas que componen la artesanía

La preservación de la artesanía para evitar que se descomponga esta al momento de la preparación de la masa, cuando se añade el formol y para finalizar la Artesanía es protegida con laca, estos hechos harán que la figura no sufra desgaste alguno.

Todo envío debe ser objeto de un cuidadoso marcaje, en razón que es una operación esencial para el proceso de exportación, principalmente porque debe contener las especificaciones, conforme a la reglamentación del país de destino.

#### **4.3. Proceso comercial**

Constituye un proyecto de producción y comercialización de Artesanías de PORCELANICRON, el proceso no resulta complejo

##### **4.3.1. Canales de distribución**

Canal de Distribución.- Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que este pasa del fabricante al consumidor final o al usuario industrial.

El canal de un producto se extiende solo hasta la última persona u organización que lo compro sin introducir cambios importantes en su forma. En el presente proyecto tendrá dos opciones para realizar dichas exportaciones.

La primera es que el artesano, que es el encargado de elaborar las artesanías, posteriormente, el mayorista las adquiere dichas artesanías con las que genera exportaciones a los diferentes mercados internacionales.

Otra alternativa de comercialización externa es a través de terceros, que son los encargados de ofrecer una extensa gama de alternativas para incursionar en los mercados externos, de manera que el empresario tiene la posibilidad de conectarse con el medio internacional a fin de colocar su producción por medio de bróker, comisionista o concesionarios.

Este tipo de transacción, pese a resultar muy sencilla, no resulta tan conveniente, principalmente por el hecho de agrandar la cadena comercial, lo que significaría incremento de costo del producto y disminución de utilidades para el productor.

##### **4.3.2. Canales de distribución física**

**PRODUCTOR** —————→ **EXPORTADOR** —————→ **IMPORTADOR**

El proceso de Distribución Física, empieza con la elaboración de artesanías, a cargo de la microempresa FACIL ARTE, a quien directamente se procederá a realizar bajo pedido, una

determinada cantidad de figuras, dependiendo de la cobertura de mercado. Posteriormente serán trasladadas hacia las bodegas del exportador, donde se clasificarán previos a un control de calidad, se envasarán, empaquetarán y embalarán de acuerdo a los pedidos obtenidos, de esta manera, llega hasta el importador, quien se encargará de distribuir el producto en Alemania

#### **4.4. Términos más usuales**

Dentro del Comercio Exterior, existen diferentes términos de comercialización. Conocidos como INCOTERMS, los cuales se utilizan de acuerdo al transporte que se desea emplear para la exportación, para el presente proyecto se deberá tomar en cuenta todo lo que corresponde a Marítimo, para lo cual contamos con las siguientes alternativas:

**INCOTERMS.-** son aquellos términos utilizados en un contrato de compraventa internacional, que definen cuál de las dos partes (vendedor o comprador) tiene la obligación de asegurar la mercancía, qué tipo de póliza debe adquirirse y quién paga la prima de seguro.

1. EXW (Ex Works / en fábrica)- lugar convenido.- El vendedor solamente tiene la responsabilidad de poner la mercancía a disposición en sus locales.
2. FCA (Free Carrier / franco transportista) - lugar convenido.- El vendedor solamente tiene que entregar la mercancía, cumplido los trámites de exportación, al primer transportista designado por el comprador y al lugar indicado. Este término es específico al transporte multimodal o en contenedores.
3. FAS (Free AlongsideShip / franco al costado del buque)- puerto de carga convenido.- El vendedor debe colocar la mercancía al costado del buque, en el puerto designado. EL comprador debe hacer los trámites de importación para la mercadería.
4. FOB (Free onBoard / franco a bordo). puerto de carga convenido.- El término de comercio marítimo clásico, “Franco a Bordo” requiere que el comprador cargue la mercadería a bordo del buque, siendo la borda del buque el famoso punto de transferencia. El vendedor debe hacer los trámites de exportación para la mercadería.
5. CFR - COST AND FREIGHT (...nombrar puerto de destino) (C&F)

El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para traer la mercadería al nombrado puerto de destino, pero el riesgo de pérdida o daño de la misma, así como también cualquier costo adicional debido a eventos ocurridos luego del momento en que la mercadería ha sido entregada a bordo del barco, es transferido del vendedor al comprador cuando la mercadería pasa la baranda del barco en el puerto de embarque. El término CFR requiere que el vendedor realice el despacho de exportación de la mercadería.

6. CIF (Cost, Insurance and Freight / coste, seguro y flete)- en puerto de destino convenido.-Término marítimo, es exactamente lo mismo que CFR, salvo que el vendedor debe otorgue un seguro marítimo al comprador.
7. CPT CARRIAGE PAID TO (... nombrar lugar de destino).- El vendedor paga el flete para el transporte de la mercadería al destino nombrado. El riesgo de pérdida o daño de la misma, así como cualquier costo adicional debido a eventos ocurridos luego del momento en que la mercadería ha sido entregada al transportista, es transferido del vendedor al comprador cuando la mercadería ha sido entregada bajo la custodia del transportista.
8. CIP CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO (... nombrar lugar de destino).- El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CPT pero se suma el hecho de que tiene que procurar seguro de la carga contra el riesgo del comprador de pérdida o daño de la mercadería durante el transporte. El vendedor contrata el seguro y paga la prima del mismo.
9. El comprador debe advertir que bajo el término CIP solo se requiere del vendedor, que éste obtenga cobertura mínima de seguro. El término CIP requiere que el vendedor realice el despacho de exportación de la mercadería.
10. DAF - DELIVERED AT FRONTIER (... nombrar lugar).- El vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercadería está disponible, con el despacho de exportación, en la frontera, pero antes del límite aduanero del país contiguo. El término "frontera" puede ser usado para cualquier frontera incluyendo la del país de exportación. Por lo tanto, es de vital importancia, que se defina exactamente la frontera en cuestión, nombrando siempre el punto y lugar en el término.



11. DES (Delivered Ex Ship / Entregada sobre buque)- puerto de destino convenido.- Significa que el vendedor debe entregar la mercancía al comprador a bordo del buque en el puerto de destino, sin hacer los trámites de importación.
12. DDU (Delivered Duty Unpaid / Entregada derechos no pagados)- lugar de destino convenido.- Significa que el vendedor debe entregar la mercancía en el lugar indicado en el país de destino. Sin embargo, el comprador debe hacer los trámites de importación para la mercancía y pagar los derechos necesarios.
13. DEQ (Delivered Ex Quay / Entregada en muelle)- puerto de destino convenido.- Va un paso más adelante que DES, la mercancía se debe descargar en el muelle y el vendedor debe hacer los trámites de importación.
14. DDP (Delivered Duty Paid / Entregada derechos pagados)-lugar de destino convenido.- Es la máxima obligación del vendedor, que incluye entregar la mercancía en los locales del comprador, si fuese necesario y hacer los trámites de importación.
15. XXX.- Otras condiciones de entregas distintas de las anteriores. Indica claramente las condiciones que figuren en el Contrato.

[www.aduana.gov.ec/archivos/decision](http://www.aduana.gov.ec/archivos/decision)

#### **4.4.1. El modo de transporte y el incoterm**

Adecuado para cualquier modo de transporte incluyendo el multimodal.

EXW - Ex Works (...nombrar lugar)

FCA - Free Carrier (...nombrar lugar)

CPT - Carriage Paid To (...nombrar lugar de destino)

CIP - Carriage and Insurance Paid To (...nombrar lugar de destino)

DAF - Delivered At Frontier (...nombrar lugar de destino)

DDU - Delivered Duty Unpaid (...nombrar lugar de destino)

DDP - Delivered Duty Paid (...nombrar lugar de destino)

Adecuado para cualquier transporte aéreo

FCA - Free Carrier (...nombrar lugar)

Adecuado para cualquier transporte de ferrocarril

FCA - Free Carrier (...nombrar lugar)

Adecuado para transporte marítimo y de navegación interna

FAS - Free AlongsideShip (nombrar puerto de embarque)

FOB - Free OnBoard (...nombrar puerto de embarque)

CFR - Cost and Freight (...nombrar puerto de destino)

CIF - Cost, Insurance and Freight (...nombrar puerto de destino)

DES - Delivered Ex Ship (...nombrar puerto de destino)

DEQ - Delivered Ex Quay (nombrar puerto de destino)

**Tabla N.- 11**

<b>PRIMERA SUBCASILLA</b>		<b>SEGUNDA SUBCASILLA</b>
<b>CODIGOS DE INCOTERMS</b>	<b>SIGNIFICADO DE INCOTERMS 1990 CCI</b>	<b>LUGAR QUE SE DEBE PRECIZAR</b>
EXW	En fabrica	Ubicación de la fabrica
FCA	Franco Transportista	Punto designado
FAS	Franco al costado del buque	Puerto de embarque convenido
FOB	Franco a bordo	Puerto de embarque convenido
CFR	Coste y Flete	Puerto de destino convenido
CIF	Coste, seguro y flete	
CPT	Flete pagado hasta	Lugar de destino convenido
CIP	Flete y seguro pagado hasta	Lugar de destino convenido
DAF	Lugar de entrega convertido en la frontera	
DES	Entregado sobre buque	Puerto de destino convenido
DEQ	Franco sobre el muelle (derechos pagados)	Despacho en aduana
DDU	Entregado con derechos no pagados	Lugar de destino convenido en el país importador
DDP	Entregada con derechos pagados	Lugar de entrega convenido en el país de importación
XXX	Otras condiciones de entrega distintas a las anteriores.	Indique claramente las condiciones que figuren en el contrato

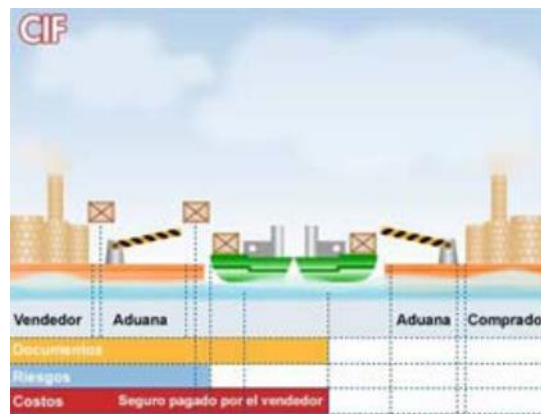
**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por:Joana Chimbo**

#### 4.4.2. Tipo de comercialización

De acuerdo a la naturaleza del producto, el término de la negociación más conveniente, tanto para razones económicas, como de cobertura de riesgo, es el INCOTERM CIF, que significa que el vendedor deba pagar el costo y el flete para llevar mercadería al puerto de destino.

Sin embargo el riesgo de daño o de pérdida se transfiere al comprador una vez que la mercancía pasa la borda del buque, el vendedor debe otorgar el seguro marítimo al comprador.



Fuente: <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>

Elaborado por: Joana Chimbo

#### 4.4.3. Aspectos del contrato de compra y venta

La Asamblea General de las Naciones Unidas considerando las diferentes normas legales que existen entre el país exportador y el país importador y la necesidad de establecer normas uniformes aplicables a los contratos de compraventa internacional de mercaderías, realizó la Convención de Viena de 1980 sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías, a fin de establecer disposiciones que normen exclusivamente la formación del contrato de compraventa y los derechos y obligaciones del vendedor y comprador.

Otros contratos que deberán ejecutarse son el contrato de servicios y/o seguro con la compañía transportista, un contrato de servicio con la aseguradora, un contrato de servicios con agente aduanero; entre otros.

Los aspectos a considerarse deben ser los siguientes:

- *f* Descripción de la mercancía, calidad y cantidad
- *f* Referencia a normas internacionales
- *f* Descripción del envase, empaque y embalaje del mercado
- *f* Modo de transporte
- *f* Fecha de entrega
- *f* Control de conformidad
- *f* Garantía de la mercancía
- *f* Instrucciones de utilización
- *f* INCOTERM convenido
- *f* Precio
- *f* Moneda de pago
- *f* Condiciones y lugar de pago
- *f* Sistema de pago
- *f* Documentos necesarios

#### **4.4.4. Tratamiento Arancelario**

### **SECCION XXMERCANCIAS Y PRODUCTOS DIVERSOS**

### **CAPITULO 96 MANUFACTURAS DIVERSAS**

### **PARTIDA SIST.ARMONIZADO**

### **SUB-PARTIDA SIST. ARMONIZADO 960200**

Materias ,vegetales o minerales para tallar, trabajadas y manufacturadas de estas materias manufacturadas moldeadas o talladas de cera , parafina, estearina, gomas o resinas naturales o pastas para moldear y demás manufacturas talladas o moldeadas no expresadas ni comprendidas en otra parte , gelatinas sin endurecer trabajada excepto la de la partida 3505 y manufacturadas de gelatina sin endurecer.

### **SUB-PARTIDA REGIONAL96020090CODIGO DEL PRODUCTO**

### **COMUNITARIO (ARIAN)**

### **9602009000-0000**

Fuente: <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index>Elaborado por: Joana Chimbo

Las Artesanías de porcelanicron, se encuentran contempladas dentro de la Sección XX “MERCANCÍAS Y PRODUCTOS DIVERSOS”, del Capítulo 96 que comprende “Manufacturas diversas”; Partida 9602, Sub partida 960200 donde se encuentran registradas las “Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y manufacturas de estas materias; manufacturas moldeadas o talladas de cera, parafina, estearina, gomas o resinas naturales o pasta para modelar y demás manufacturas modeladas o talladas no expresadas ni comprendidas en otra parte; gelatinas sin endurecer trabajada, excepto la de la partida 35.03 y manufacturadas de gelatina sin endurecer”. Según la Nota explicativa 2 a) del tomo IV, Pág. 1721 de Sistema Armonizado de Aduanas.

#### **4.4.5 Normas De Calidad**

Para que la Artesanía de Porcelanicron sea considerada de óptima calidad, debe poseer las siguientes características, principalmente que se produzca una infinidad de modelos y exclusividades hechas a mano. También que al comercializar las artesanías de porcelanicron sean exclusivas y competitivas en el mercado nacional e internacional, manteniendo las costumbres y tradiciones de nuestra población y por último los artesanos son capacitados y cumplen con las entregas a tiempo.

#### **4.4.6. Transporte**

Es necesario, determinar las siguientes características que debe cumplir la empresa transportadora como son la protección de la lluvia, limpieza y seguridad en razón que si este producto llegara a mojarse se perdería la forma de su diseño, lo que afectaría al consumidor final dando una mala imagen del producto ecuatoriano. Una vez elaboradas las figuras y después de cumplir con el proceso de envase y embalaje, se transporta vía terrestre hasta el puerto marítimo de Guayaquil, donde se despachara hacia los puertos alemanes.

**Cfr. PUDELECO, Arancel de Importaciones del Ecuador, Nota Explicativa tomo IV, p. 1721.**

De acuerdo al volumen de exportación requerido, sea vía aérea o marítima, se envía contenedores de 20’o 40’ estándar o high cube y en la mayoría de los casos cuando el exportador posee un volumen pequeño se procede a consolidar con las Artesanías de porcelanicron con otros clientes para de esta manera llenar un contenedor y abaratar costos.

Esta consolidación de carga en contenedores se la puede efectuar incluso con productos diferentes a las Artesanías de porcelanica pero que no afecten su composición. En algunos casos de acuerdo a las exigencias del consumidor, se establece que el envío de la mercadería sea por vía aérea para acortar el tiempo de tránsito pese al incremento de costos.

#### **4.4.7. Requisitos y trámites para la Exportación**

La exportación a consumo (R-40), de conformidad a la Ley Orgánica de Aduanas, es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.

#### **4.4.8. Procedimientos para exportar**

Ecuador cuenta con disposiciones expresas para la exportación de productos que deben observarse a cabalidad y se resume en los siguientes temas:

Toda persona natural, jurídica o entidad pública que necesite desarrollar la actividad de exportación tendrá cumplir con lo siguiente:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web de la Corporación Aduanera (CAE).
- El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:
  - Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.
  - Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

#### **4.4.9. Documentos para presentarse**

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web de La Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte. (Conocimiento de embarque, guía aérea, o carta porte).

#### **4.4.10. Productos que se pueden exportar**

Todos los productos son exportables, excepto:

- ✚ Los que hayan sido declarados parte del patrimonio nacional de valor artístico, cultural, arqueológico o histórico.
- ✚ Flora y Fauna silvestres en proceso de extinción y sus productos, salvo los que se realicen con fines científicos, educativos y de intercambio internacional con instituciones científicas.
- ✚ Nómina de productos de prohibida exportación y/o sujetos a autorización previa;
- ✚ Acuerdo Ministerial N° 0001 de enero 03 de 1997, publicado en el Registro Oficial N° 110 de enero 16 de 1997.


#### **4.4.11. Utilización de preferencias arancelarias**

Adquisición de los siguientes formularios “Certificado de Origen” en las Cámaras o en el Ministerio de Industrias y Competitividad (MIC).

- ✚ Régimen Especial de Incentivos para el Desarrollo Sostenible y el Buen Gobierno (SGP Unión Europea), para Europa.
- ✚ Ley de Preferencias Comerciales Andinas y Erradicación de la Droga (ATPDEA), para Estados Unidos.
- ✚ Certificate of Origin (Certificado de Origen), para terceros países.
- ✚ Global System Of Trade Preferente (Sistema Global de Preferencias Comerciales, SGPC), para Rumania.

#### **4.4.12. Cámaras de la producción**

- ✚ Asociación Latinoamericana de Integración, ALADI;

 Comunidad Andina, CAN

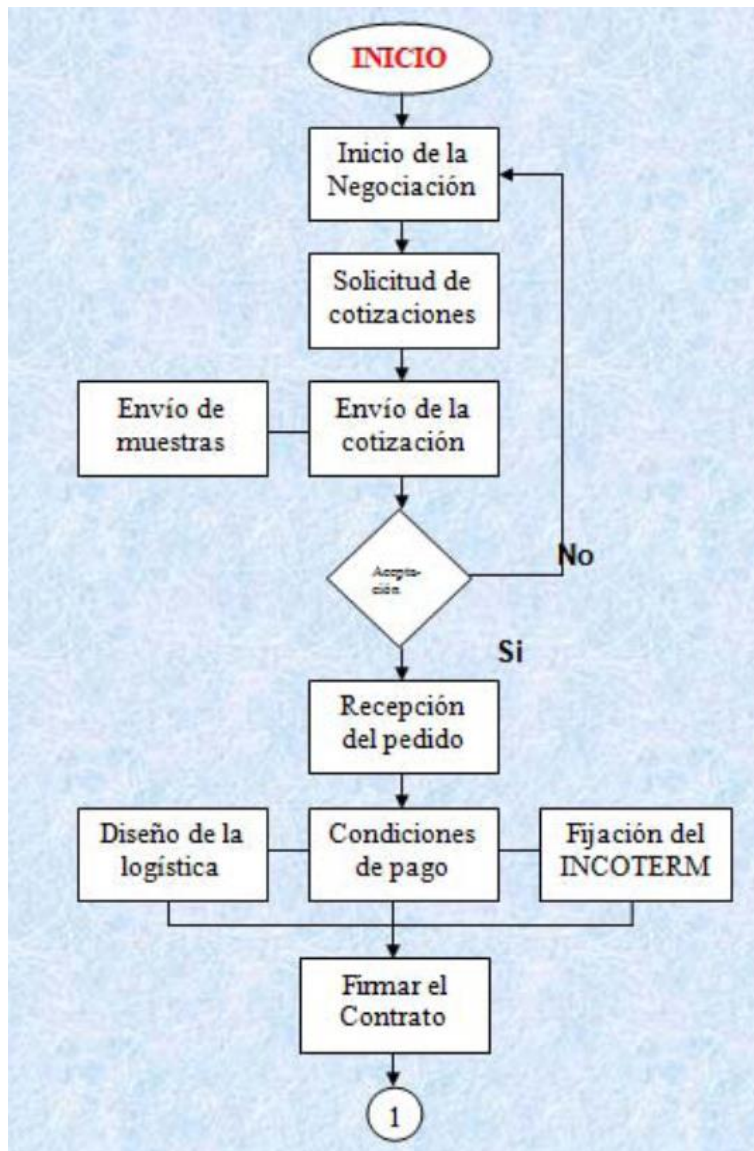
#### **4.4.13. Declaración de Exportación**

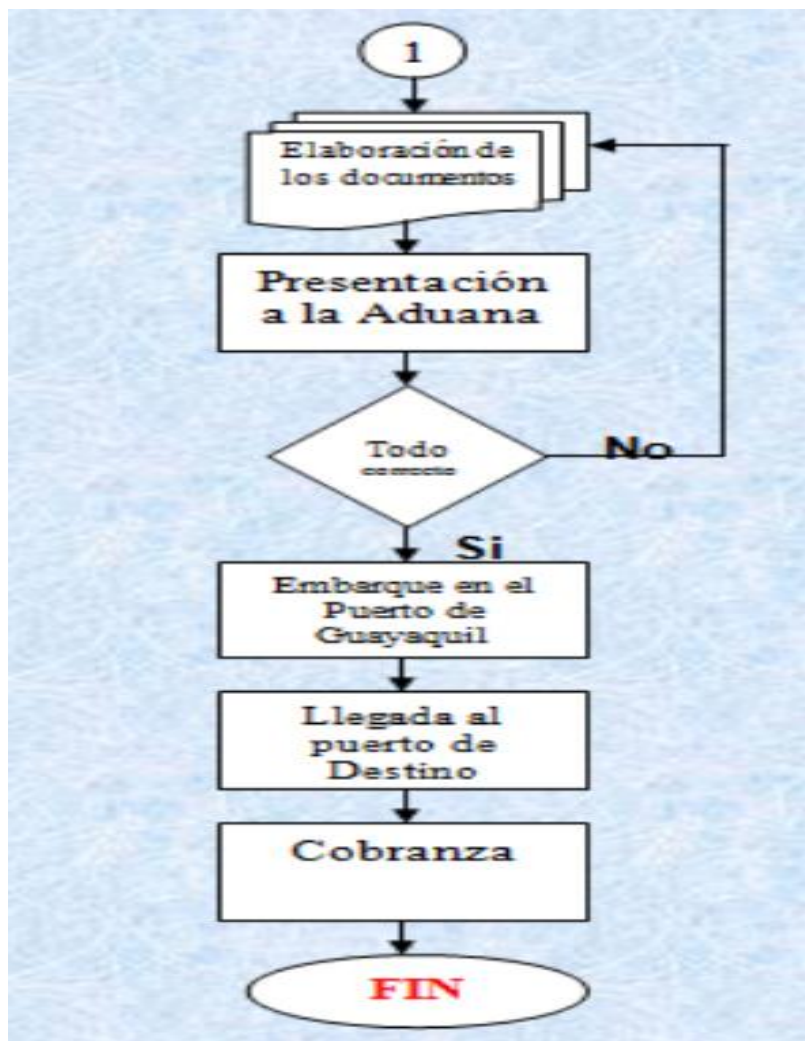
Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación.

#### **4.4.14. Trámites para Exportar**

Para que sea viable una exportación deberá intervenir un vendedor o exportador y un comprador o importador los cuales deberán tener un contrato que sea de beneficio para ambas partes. El importador deberá tener una Nota de Pedido del Importador la cual una vez aprobada por el exportador, se deberá proceder a una Factura Comercial





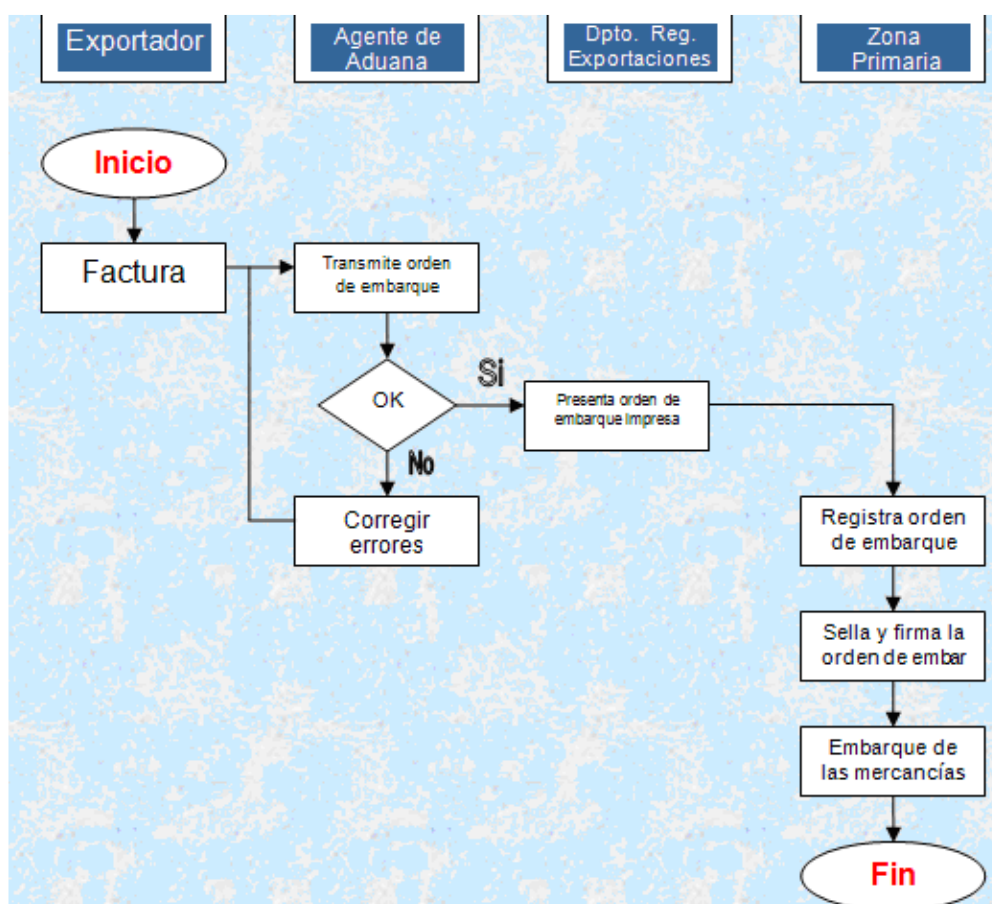


**El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:**

#### **4.4.15 Fase de Pre-embarque**

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.



#### 4.4.16. Fase Post-embarque

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

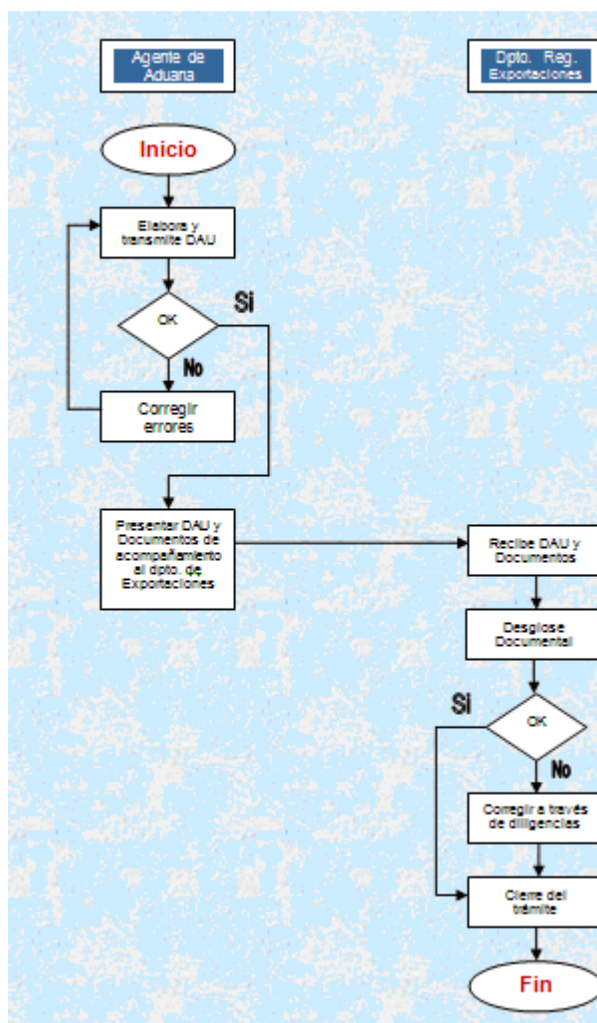
Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- CORPEI.






#### 4.4.18. Tarjeta de identificación

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR		COMERCIO EXTERIOR		FECHA REGISTRO:	
		TARJETA DE IDENTIFICACION		019855	
IMPORTADOR - EXPORTADOR					
NOMBRE O RAZON SOCIAL:				RUC:	
DIRECCION:				C.I.:	
				CATASTRO:	
CIUDAD: PROVINCIA: TELEFONO:				CODIGO O.I.C.:	
REPRESENTANTE LEGAL				FAX:	
DIRECCION:				C.I.:	
CIUDAD: PROVINCIA: TELEFONO:				FAX:	
ACTIVIDAD ECONOMICA (de acuerdo con el instructivo del sistema informatico del servicio aduanero)					
ACTIVIDAD		DESCRIPCION		CODIGO	
PRINCIPAL:					
SECUNDARIA:					
OTRAS SECUNDARIAS:					
SECTOR INSTITUCIONAL AL QUE PERTENECE					
1. PUBLICO		2. PRIVADO:		NACIONALIDAD	
1.1 GOBIERNO CENTRAL		<input type="checkbox"/> 2.1 EMPRESA NO FINANCIERA		<input type="checkbox"/>	
1.2 GOBIERNO LOCAL (MUNICIPIOS Y CONS. PROV.)		<input type="checkbox"/> 2.2 INSTITUCION FINANCIERA		<input type="checkbox"/>	
1.3 SEGURIDAD SOCIAL		<input type="checkbox"/> 2.3 COMPAÑIA DE SEGURO		<input type="checkbox"/>	
1.4 EMPRESA PUBLICA		<input type="checkbox"/> 2.4 INSTITUCION SIN FIN DE LUCRO		<input type="checkbox"/>	
1.5 INSTITUCION FINANCIERA		<input type="checkbox"/> 2.5 PRODUCTOR INDIVIDUAL		<input type="checkbox"/>	
1.6 OTROS ORGANISMOS		<input type="checkbox"/> 2.6 PERSONA NATURAL		<input type="checkbox"/>	
				Especifique:	
Firma Imp./Exp./Representante Legal				Firma Autorizada Banco Corresponsal	

SECTORES INSTITUCIONALES	
SECTOR PUBLICO	
El sector considera a todas las unidades institucionales cuya función principal es la de producir servicios destinados a la comunidad y efectuar operaciones de redistribución del ingreso y la riqueza. La fuente principal de financiamiento del sector es las contribuciones obligatorias (impuestos, etc) realizadas por las otras unidades institucionales.	
1.1 GOBIERNO CENTRAL	Incluye las unidades institucionales cuya acción se extiende sobre todo el territorio nacional.
1.2 GOBIERNO LOCAL	Son aquellos organismos de la administración pública, cuya competencia y radio de acción se limita a una zona geográfica o repartición política-administrativa del territorio nacional. Estos organismos tienen además, un alto grado de autonomía respecto del Gobierno Central y son los Municipios y Consejos Provinciales.
1.3 SEGURIDAD SOCIAL	Agrupar aquellas unidades cuya actividad económica principal es la de efectuar operaciones de redistribución del ingreso, bajo la forma de prestaciones sociales a los hogares (prestaciones económicas y servicios médico asistenciales), y, cuyos recursos provienen del pago de contribuciones obligatorias, por parte de los empleados y empleadores.
1.4 EMPRESAS PUBLICAS	Son empresas cuya actividad principal es la de producir bienes y servicios destinados a la venta. Han sido definidas de acuerdo a la composición de capital, estableciendo que serán tales, cuando el Estado sea propietario del 50 por ciento o más del capital social. Este sector lo conforman empresas Estatales, provinciales, y municipales.
1.5 INSTITUCIONES FINANCIERAS	Constan el Banco Central, los bancos, compañías financieras, montes de piedad y otras financieras públicas de propiedad o controladas por el Estado.
1.6 OTROS ORGANISMOS	No especificados en la clasificación.
SECTOR PRIVADO	
2.1 EMPRESAS NO FINANCIERAS	Son las sociedades y cuasosociedades privadas, cuya función principal es la producción de bienes y servicios y sus recursos principales provienen de las ventas.
2.2 INSTITUCIONES FINANCIERAS	Son empresas, constituidas en sociedades, dedicadas a realizar transacciones para adquirir activos y emitir pasivos financieros. Su función principal es la de financiar, por lo que la mayoría de sus recursos constituyen intereses sobre los créditos concedidos, comisiones por servicios prestados.
2.3 COMPAÑIAS DE SEGUROS	Agrupar a las unidades institucionales cuya función principal es la de asegurar, y cuyos recursos están constituidos por las primas de seguros.
2.4 INSTITUCIONES PRIVADAS SIN FINES DE LUCRO	Son las instituciones dedicadas a producir servicios no mercantes para grupos particulares de agentes; sus ingresos provienen de pagos voluntarios.
2.5 PRODUCTOR INDIVIDUAL	Son personas no constituidas legalmente en sociedades, por lo tanto no tienen responsabilidad jurídica y obligación de presentar balances. Se dedican a la producción de bienes y servicios, y sus recursos provienen de las ventas.
2.6 PERSONA NATURAL	Comprende a los agentes económicos, cuya función principal es la de consumir y sus recursos provienen de las remuneraciones o transferencias de otros sectores.

#### 4.4.19. Certificado de origen

 <i>Calidad para el mundo</i> ECUADOR			
<b>CERTIFICADO DE ORIGEN</b> <b>CERTIFICATE OF ORIGIN</b>			<b>A N° 003213</b>
LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES - FEDEXPOR. CERTIFICA LAS MERCADERIAS. <i>The Ecuadorian Federation of Exporters FEDEXPOR. Certifies that the merchandises.</i>			
DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. _____ Y FORMULARIO UNICO DE EXPORTACION No. _____ <i>Declared in Commercial Bill No. _____</i>			
POR _____ <i>by</i>			
EMBARCADOS EN _____ REPUBLICA DEL ECUADOR <i>Shipped at the port of</i>			
EN EL TRANSPORTE _____ DE BANDERA _____ <i>On the vessel of flag</i>			
CON DESTINO A _____ <i>bound for</i>			
Y CONSIGNADOS A _____ PARA _____ <i>and consigned to for</i>			
SON DE ORIGEN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR <i>are of Ecuadorian origin</i>			
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <b>B U L T O S</b>  <b>P A C K A G E S</b> </div> <div style="width: 45%;"> <b>A R T I C U L O S</b>  <b>I T E M S</b> </div> </div>			
<b>M A R C A S</b> <b>M A R K S</b>	<b>C A N T I D A D</b> <b>Q U A N T I T Y</b>	<b>C L A S E</b> <b>C L A S S</b>	<b>D E S I G N A C I O N D E L A S M E R C A D E R I A S</b>
			Quito, _____ del 200 _____ FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES FEDEXPOR

#### 4.4.20. Declaración aduanera única

ADUANA DEL ECUADOR										REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA										13903698		A																																																																																																																					
A. Aduana / Banco										B. Referendo																																																																																																																																	
01 N° ORDEN		02 AÑO		03 Aduana		04 CÓDIGO		05 RÉGIMEN		06 CÓDIGO		07 FECHA/HORA TX		08 NÚMERO																																																																																																																													
004532		08		GUAYAQUIL - MARITIMO		028		IMPO - DEPOSITO ADUANERO		70		29/08/2008 15:24:31		028-2008-70-000657-2																																																																																																																													
09 # VTO. BNO.		10 BANCO		11 CIUDAD		12 OFICINA		13 FECHA EMISION		14 TIPO DE DESPACHO		15 FECHA RECEP		29/08/2008																																																																																																																													
								/ /		0 NORMAL		15:24:31																																																																																																																															
C. CONTRIBUYENTE / AGENTE										D. REGIMEN PRECEDENTE / DEPOSITO																																																																																																																																	
16 IMPORTADOR / EXPORTADOR COMERCIALIZADORA AUTOLINE S.A.										17 TIPO Y N° DOC ID 1 1891706630001										18 CIUDAD AMBATO																																																																																																																							
19 DIRECCION PANAMERICANA NORTE SIN PARQUE INDUSTRIAL AMBATO FR										20 TELEFONO 032-451011 / 451012										21 NIVEL COMERCIAL 2																																																																																																																							
22 DECLARANTE / AGENTE EDUARDO TORRES H.										23 CÓDIGO 4493										24 SECTOR 21		25 CIU 5010		26 T.DECARADO USO (IMP+CF) 256,266.63																																																																																																																			
27 REGIMEN PRECEDENTE										28 AÑO										29 SERIE		30 Aduana RÉGIMEN		31 FECHA ACCEPT.		32 FECHA VENCIM.		33 DEPÓSITO ALMAGRO		34 CÓDIGO 4033		35 N° DESP. PAR																																																																																																											
36 REGIMEN PRECEDENTE										37 AÑO										38 SERIE		39 Aduana RÉGIMEN		40 FECHA ACCEPT.		41 FECHA VENCIM.		42 DEPÓSITO ALMAGRO		43 CÓDIGO 4033		44 N° DESP. PAR																																																																																																											
E. CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCIÓN										F. TRANSPORTE																																																																																																																																	
45 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO QINGDAO RAPID TRADE CO., LTD.										46 DIRECCION RM 1501, NO. 3 BUILDING NO. 1 APARTMENT										47 BENEFICIARIO DEL GIRO QINGDAO RAPID TRADE CO.,		48 PAIS PROCED DESTINO CHINA																																																																																																																					
49 NATURALEZA TRANSACCION										50 FORMA DE PAGO GIRO DIRECTO										51 EX.CIE		52 C.ORG.		53 OT. EX.		54 MT. VL.		55 ALMACEN CONTECON GUAYAQUIL S.A.		56 CÓDIGO 9025																																																																																																													
57 TIPO DE TRATAMIENTO										58 CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO										59 Cód. DE PROD. ACOG. DESP. URGENTE		60 CÓDIGO DE ENDOSO																																																																																																																					
1																						00																																																																																																																					
61 VIA DE TRANSPORTE MARITIMO										62 CÓDIGO										63 FECHA DE EMBARGO		64 FECHA LLEGADA		65 CARGA CONTENEDOR		66 Cód		67 BANDERA GERMANY		68 Cód DE		69 LINEA TRANSPORTE HAMBURG SUD		70 Cód																																																																																																									
2008										01										03/07/2008		07/08/2008		S																																																																																																																			
71 Cód. MANIFIESTO										72 AÑO										73 TIPO MANIF.		74 # MANIFIESTO		75 AG. CARGA / TRANSP.		76 Cód.		77 NAVE LAERAMAT. VEH		78 Cód. DE		79 CONTIN. Q. AEROMAT. PORTE		80 Cód. DE																																																																																																									
025										2008										01		501165		HAMBURG SUD ECUADOR		8158		BAHIA BLANCA		82		SUDUN64717181540		83																																																																																																									
84 NOM. NAVE/MATRIC. VEH										85 Aduana SALIDA										86 VIA SALIDA		87 Aduana DESTINO		88 TIPO DESTINO		89 PAIS DESTINO		90 T. TRAT.		91																																																																																																													
																				1				1																																																																																																																			
G. DETERMINACIÓN BASE IMPONIBLE										H. DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO																																																																																																																																	
92 CONCEPTO										93 MONEDA										94 T. CAMB. USD										95 TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN										96 TOTAL EN DÓLARES USD										97 TOTAL EN MONEDA NACIONAL																																																																																									
98 FOB										USD										1.00000000										233,111.67										233,111.67										233,111.67																																																																																									
99 FLETE										USD										1.00000000										21,880.00										21,880.00										21,880.00																																																																																									
100 SEGURO										USD										1.00000000										1,274.96										1,274.96										1,274.96																																																																																									
101 VALOR ADUANA																														256,266.63										256,266.63										256,266.63																																																																																									
102 TOTAL SERIES PARTIDAS										103 PESO NETO (Nhw)										104 PESO BRUTO (Nhw)										105 TOTAL BULTOS										106 TOTAL CONTENEDORES										107 TOTAL U. FISICAS										108 TOTAL U. COM																																																																															
83										38,184.00										38,350.00										1,127										4										1,127.00										1,127.00																																																																															
I. DECLARACIÓN DE LA MERCANCIA										J. OBSERVACIONES										K. FIRMAS Y SELLOS																																																																																																																							
89 N° SERIE										90 TIPO BUQUE										91 SUBPARTIDA NACIONAL										92 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCIA										93 BULTOS										94 U. FISICAS										95 U. COM.										96 PESO (KGS)										97 MARCAS Y NÚMEROS										98 T. M.																																																	
1										0000										8701200090-7										TRACTO CAMION/										1										PC										1,127										11										1.00										U										1.00										8,190.03										8,225.64										COMERCIALIZADOR									
TPCI										TPNG										TPNE										PAIS DE ORIGEN										CÓDIGO										FOB USD										FLETE USD										SEGURO USD										CIF USD																																																											
																				CHINA										CN										50,000.00										4,692.99										273.55										54,966.54																																																																					
81 SECUENCIA										82 TIPO OBS.										83 CONTENIDO OBS.																																																																																																																							
84 FIRMAS Y SELLOS																																																																																																																																											
FIRMA CONTRIBUYENTE										FIRMA DEL DECLARANTE										OBSERVACIONES										Cód. Y FIRMA AFORADOR																																																																																																													

NA002228 17/03/2009 0647



#### 4.4.21. Agente Afianzado de Aduana

Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
- Para los regímenes especiales



#### 4.4.22. Embarque

Aprobada la Declaración Aduanera de Exportación (D.A.U) por la aduana, las mercaderías son conducidas a la Bodega de la aduana.

### 3.7 Relaciones comerciales Ecuador- Alemania

#### 3.7.1 Balanza Comercial

Ecuador desde el año 2001 mantiene un déficit en la balanza comercial con Alemania a excepción del año 2003 cuyo saldo comercial fue 29,787.96 miles de dólares a favor. Sin embargo, el déficit se incrementó 162% en el 2005 con respecto al año anterior debido a un alza en las importaciones cuyo valor alcanzó un punto máximo de 232,218 miles de dólares.

**Tabla N.- 12**

ACTIVIDAD	2001	2002	2003	2004	2005
EXPORTACIONES	153.033.83	172.167.79	206.867.17	192.871.17	196.453.23
IMPORTACIONES	178.253.67	180.270.58	177.079.21	206.499.41	232.218.93
SALDO COMERCIAL	-25.219.84	-8.102.79	29.787.96	-13.628.24	-35.765.70

**Fuente:** Investigación realizada Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Joana Chimbo

**“Alemania por ser miembro de la Unión Europea, concede al Ecuador preferencia arancelarias del 100%, es decir el 0% de arancel bajo el Sistema General de Preferencias (SGP).”**

**Para acceder e estos beneficios, es necesario presentar el Certificado de Origen, y se aplica a productos enteramente producidos en un país, pero obtenidos sobre la base del uso de productos de tercero.**

## **CAPITULO V**

### **5 Inversiones y Financiamiento**

#### **5.1. Objetivo general**

Realizar un estudio Económico Financiero a través de las inversiones y financiamiento del proyecto y su evaluación financiera para la toma de decisiones.

##### **5.1.2. Objetivos específicos**

- Determinar los Activos Fijos y Activos Diferidos para representar el presente proyecto.
- Identificar el capital de trabajo necesario para un correcto funcionamiento de la empresa.
- Definir amortizaciones y depreciaciones de activos fijos e intangibles.
- Establecer cuáles serán los ingresos y los egresos del proyecto.
- Especificar cómo será la estructura de financiamiento.

Para lograr los objetivos mencionados nos apoyaremos en los capítulos

Anteriores, sobre todo en el estudio técnico.

También definiremos importantes conceptos y los aplicaremos al proyecto como:

- Inversión
- Activos Fijos
- Activos Diferidos
- Capital de Trabajo
- Estructura de la Inversión
- Cuadro de Fuente y Usos
- Forma de Financiamiento

#### **5.2. Inversión**

**“Es la aplicación de recursos económicos a una actividad determinada con el fin de obtener ganancias en un futuro.”**

Las inversiones se hacen antes de la puesta en marcha del proyecto, sin embargo, algunas inversiones se pueden realizar en el período de funcionamiento, ya sea porque es preciso renovar algún activo desgastado o porque se hace necesario incrementar la producción ante expectativas en el crecimiento de la demanda.

Las inversiones que se hacen principalmente en el período de la instalación se puede clasificar en tres grupos: Las inversiones fijas, las inversiones diferidas y el capital de trabajo.

### 5.2.1. Inversiones Previas a la puesta en Marcha

Las inversiones necesarias para la puesta en marcha de nuestro proyecto son:

- Activos Tangibles
- Activos Intangibles
- Capital de Trabajo

**Tabla N.- 13**

#### INVERSION TOTAL

CONCEPTO				VALOR TOTAL
<b>Inversión Fijo Tangible</b>				<b>4570.00</b>
<b>Maquinaria y Equipo</b>				<b>560.00</b>
Cocina industrial	2	200.00	400.00	
Rodillo metálico manual	4	5.00	20.00	
Duya de 12 discos	2	10.00	20.00	
Tanques de gas	2	60.00	120.00	
<b>Muebles y enseres</b>				<b>1100</b>
Mesones amplios	2	150.00	300.00	
Vitrinas	3	180.00	540.00	
<b>sillas</b>	9	13.00	117.00	
escritorio	1	143.00	143.00	
<b>Equipo de Computo</b>				<b>2910.00</b>
computadoras	2	1200.00	2400.00	
Impresora multifunción	1	250.00	250.00	
Teléfonos	1	60.00	60.00	

fax	1	200.00	200.00	
<b>Inversión Intangible</b>				<b>1000.00</b>
<b>Estudios</b>		1000.00	1000.00	
<b>Capital de trabajo trimestral</b>				<b>16.868.69</b>
<b>costos</b>			11.870.00	
Cerámica	600	18.29	10.974.00	
pintura	600	0.05	30.00	
Laca	600	0.05	30.00	
Cajas de cartón	600	1.15	690.00	
cartones	50	0.40	20.00	
Etiquetas adhesivas	600	0.05	30.00	
Cinta de embalaje			96.00	
<b>Gastos de Administración</b>				<b>3.366.98</b>
Sueldos			3.366.98	
<b>Gastos de Exportación</b>			<b>1331.71</b>	
Sueldo jefe de Ventas y exportación			1367.22	
Agente de Aduana			150.00	
Trámites aduaneros			292.71	
Transporte			200.00	
Pago ingreso al puerto INARPI			75.00	
Cargo por manipuleo			114.00	
Bodega en puerto INARPI			300.00	
Estiba			200.00	
<b>Gastos Financieros</b>			<b>300.00</b>	
Interés			300.00	
<b>TOTAL DE INVERSION</b>				<b>22.438.69</b>

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Joana Chimbo

La inversión total necesaria para empezar el proyecto asciende a USD 22.438.69.

**Tabla N.- 14**

**5.2. 2.Costos**

	<b>Costo fijo</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Costo total</b>
Cerámica		43.896	<b>52.290.51</b>
pintura		120.00	
Laca		120.00	
Cajas de cartón		2760.00	
Etiquetas adhesivas		120.00	
Cinta de embalaje		264.00	
cartones		80.00	
depreciación	650.00		
amortización	200.00		
Sueldos	4080.91		
Gastos de administración	13467.91		<b>13467.91</b>
Gastos de Exportación	10.975.72		<b>10.975.72</b>
Gastos financieros	1200.00		<b>1.200.00</b>
<b>Total</b>	<b>30.574.54</b>	<b>47.360</b>	<b>77.754.54</b>

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

**Tabla N.- 15**

**5.2.3. Fuentes de Financiamiento**

<b>Fuente</b>	<b>valor</b>	<b>%</b>
<b>Capital propio</b>	<b>12.438.69</b>	<b>55%</b>
<b>Préstamo</b>	<b>10.000.00</b>	<b>45%</b>
<b>Financiamiento</b>	<b>22.0438.69</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

**Tabla N.- 16**

**Amortización Bancaria**

<b>Periodo</b>	<b>Deuda</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>	<b>Cuota Fija</b>
1	\$ 10.000,00	\$ 1.200,00	\$ 1.574,10	\$ 2.774,10
2	\$ 8.425,90	\$ 1.011,11	\$ 1.762,99	\$ 2.774,10
3	\$ 6.662,91	\$ 799,55	\$ 1.974,55	\$ 2.774,10
4	\$ 4.688,37	\$ 562,60	\$ 2.211,49	\$ 2.774,10
5	\$ 2.476,87	\$ 297,22	\$ 2.476,87	\$ 2.774,10

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

**Tabla N.- 17**

**5.2.4. Estado de Situación Inicial**

## FACIL ARTE

### Estado de Situación Inicial

<b>Activo</b>			<b>Pasivo</b>	<b>\$9999,90</b>
<b>Corriente</b>				
<b>Disponible</b>				
Caja		\$ 16.868,69	Pasivo a Corto Plazo	\$ 1.574,10
<b>Fijo</b>				
<b>Tangible</b>				
<b>Maquinaria y Equipo</b>		\$ 560,00	Pasivo a Largo plazo	\$ 8.425,90
Cocina Industrial	\$ 400,00			
Rodillo metálico	\$ 20,00			
Duya de 12 discos	\$20,00			
Tanques de gas	\$120,00			
<b>Muebles y Enseres</b>		\$ 1.100,00		
Mesones amplios	\$ 300,00			
vitrinas	\$ 540,00			
sillas	\$ 117,00			
escritorio	\$143,00			
<b>Equipo de Computo</b>		\$ 2.910,00	<b>Patrimonio</b>	
Computadoras	\$ 2.400,00			
Impresora Multifunción	\$ 250,00		Capital	\$ 12.438,69
Teléfonos	\$ 60,00			
Fax	\$ 200,00			
<b>Intangible</b>		\$ 1.000,00		
Estudios	\$ 1.000,00			
<b>Total de Activo</b>		\$ 22.438,69	<b>Total de Pasivo y Patrimonio</b>	\$ 22.438,69

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Joana Chimbo



**Tabla N.- 18**

**5.2.5. Balance General**

**FACIL ARTE**  
**Balance General (Primer año)**

<b>Activo</b>			<b>Pasivo</b>	<b>\$10.000</b>
Corriente				
Caja		<b>\$ 22.592.93</b>	Pasivo a Corto Plazo	\$ 1.762,99
<b>Fijo</b>				
<b>Maquinaria</b>		<b>\$ 560,00</b>	Pasivo a Largo plazo	\$ 6.662,91
Cocina industrial	\$ 400,00			
Rodillo metálico	\$ 20,00			
Duya de 12 discos	\$ 20,00			
Tanques de gas	\$120,00			
<b>Muebles y Enseres</b>		<b>\$ 999.83</b>		
mesones amplios	\$ 300,00			
(-)depreciación	-\$ 27,00	\$273.00		
vitricas	\$ 540,00			
(-) Depreciación	-\$ 48,60	\$491.40		
sillas	\$117,00			
(-) depreciación	-\$11.70	\$105.30		
escritorio	\$143,00			
(-) depreciación	-\$12.87	\$130.13		
<b>Equipo de Computo</b>		<b>\$ 2.110.08</b>	<b>Patrimonio</b>	
Computadoras	\$ 2.400,00			
Impresora multifunción	\$ 250,00		<b>Capital</b>	<b>\$ 17.162.84</b>
Teléfonos	\$ 60,00			
Fax	\$ 200,00			
(-) Depreciación	-\$ 799.92			
<b>Intangible</b>		<b>\$ 900,00</b>		
Estudios	\$ 1.000,00			
(-) Amortización	-\$ 100,00			
<b>Total de Activo</b>		<b>\$ 27.162.84</b>	<b>Total de Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$27.162.84</b>

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

**Tabla N.- 19**

**5.2.6. Estado de Resultados**

**FACIL ARTE**

**Estado de Resultados Proyectado a 5 años**

<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ventas</b>	\$ 87.600,00	\$ 90.666,00	\$ 93.839,31	\$ 97.123,69	\$ 100.523,01
<b>Valor de Salvamento</b>					\$ 1.320,00
<b>Costo de Ventas</b>	\$ 52.290,91	\$ 54.121,09	\$ 56.015,33	\$ 57.975,87	\$ 60.005,02
<b>Utilidad bruta</b>	\$ 35.309,09	\$ 36.544,91	\$ 37.823,98	\$ 39.147,82	\$ 41.837,99
<b>Gastos Administrativos</b>	\$ 13.467,91	\$ 13.939,29	\$ 14.427,16	\$ 14.932,11	\$ 15.454,74
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 1.200,00	\$ 1.011,11	\$ 799,55	\$ 562,60	\$ 297,22
<b>Gastos de Exportación</b>	\$ 10.795,72	\$ 11.173,57	\$ 11.564,65	\$ 11.969,41	\$ 12.388,34
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 9.845,46	\$ 10.420,94	\$ 11.032,62	\$ 11.683,69	\$ 13.697,69

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

**Tabla N.- 20**

**5.2.7. Flujo de Caja**

**FACIL ARTE**

**FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 87.600,00	\$ 90.666,00	\$ 93.839,31	\$ 97.123,69	\$ 100.523,01
Costo de Ventas		\$ 52.290,91	\$ 54.121,09	\$ 56.015,33	\$ 57.975,87	\$ 60.005,02
Utilidad bruta		\$ 35.309,09	\$ 36.544,91	\$ 37.823,98	\$ 39.147,82	\$ 40.517,99
Gastos Administrativos		\$ 13.467,91	\$ 13.939,29	\$ 14.427,16	\$ 14.932,11	\$ 15.454,74
Gastos de Exportación		\$ 10.795,72	\$ 11.173,57	\$ 11.564,65	\$ 11.969,41	\$ 12.388,34
Gastos Financieros		\$ 1.200,00	\$ 1.011,11	\$ 799,55	\$ 562,60	\$ 297,22
Utilidad		\$ 9.845,46	\$ 10.420,94	\$ 11.032,62	\$ 11.683,69	\$ 13.697,69
Depreciación		\$ 900,09	\$ 900,09	\$ 900,09	\$ 900,09	\$ 900,09
Amortización Intangibles		\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
(-) Amortización Bancaria		\$ 1.574,10	\$ 1.762,99	\$ 1.974,55	\$ 2.211,49	\$ 2.476,87
Inversión Fija	-\$ 4.570,00					
Inversión Intangible	-\$ 1.000,00					
Capital de Trabajo	-\$16.868,69					
Rec. Cap. Trabajo						\$ 16.868,69
Flujo de Caja	-\$22.438,69	\$ 6271,18	\$ 6657,77	\$ 7057,98	\$ 7652,02	\$ 24.769,33

**Fuente: Investigación realizada**

**Elaborado por: Joana Chimbo**

## 5.2.8. Indicadores Financieros

### 5.2.8.1. Valor Actual Neto

#### VAN 1

$$van = -22.438,69 + \frac{6271.98}{1.13} + \frac{6657.77}{(1.13)^2} + \frac{7057.98}{(1.13)^2} + \frac{7652.02}{(1.13)^4} + \frac{24.769,33}{(1.13)^5}$$

$$van = -22.438,69 + \frac{6271.98}{1.13} + \frac{6657.77}{(1.2769)} + \frac{7057.98}{1.4429} + \frac{7652.02}{1.6305} + \frac{24.769,33}{1.8424}$$

$$van = 22.438,69 + 5550,42 + 5214,01 + 4891,52 + 4696,05 + 13.444,06$$

$$van = 11.354,37 \text{ Sube el interés}$$

#### VAN 2

$$van = -22.438,69 + \frac{6271.98}{1.13} + \frac{6657.77}{(1.13)^2} + \frac{7057.98}{(1.13)^2} + \frac{7652.02}{(1.13)^4} + \frac{24.769,33}{(1.13)^5}$$

$$van = -22.438,69 + \frac{6271.98}{1.13} + \frac{6657.77}{(1.2769)} + \frac{7057.98}{1.4429} + \frac{7652.02}{1.6305} + \frac{24.769,33}{1.8424}$$

$$van = 22.438,69 + 5550,42 + 5214,01 + 4891,52 + 4696,05 + 13.444,06$$

$$van = 9379,65 \text{ Baja el interés}$$

#### 5.2.8.2. Tasa Interna de Retorno

$$\text{TIR} = 0,15 \left( 9379,65 \left( \frac{0,15 - 0,13}{9379,65 - 11354,37} \right) \right)$$

$$\text{TIR} = 0,15 \left( 9379,65 \left( \frac{0,02}{1,974,72} \right) \right)$$

$$\text{TIR} = 0,15 \left( \frac{-187,593}{-1,974,72} \right)$$

$$\text{TIR} = 0,15(-0,094)$$

$$\text{TIR} = 0,15 + 0,09$$

$$\text{TIR} = 0,24 * 100$$

$$\text{TIR} = 24\% \quad \textbf{Si es factible}$$

#### 5.2.8.3. Relación Beneficio Costo

$$RB/C = \left( \frac{37600 + 11354.37}{22438.69} \right)$$

$$RB/C = 4.41$$

$$\frac{RB}{C} = \left( \frac{87600 + 9379.65}{22438.69} \right) = 4.32$$

#### 5.2.8.4. Periodo de Recuperación del Capital

$$(6271.98) + (6657.77) + (7057.98) = 19987.73$$

$$(22438.69) + (19.987.73) = 2450.96$$

$$\begin{array}{r} 7652.01 \end{array} \quad \begin{array}{r} 12 \end{array}$$

$$\begin{array}{r} 2450.96 \end{array} \quad \begin{array}{r} x \end{array}$$

$$x = \frac{2450.96 \times 12}{7652.01} = \frac{29.411.52}{7652.01}$$

$$x = 4$$

**El periodo de recuperación de la inversión es 3 años 4 meses.**

### 5.2.8.5. Punto de Equilibrio

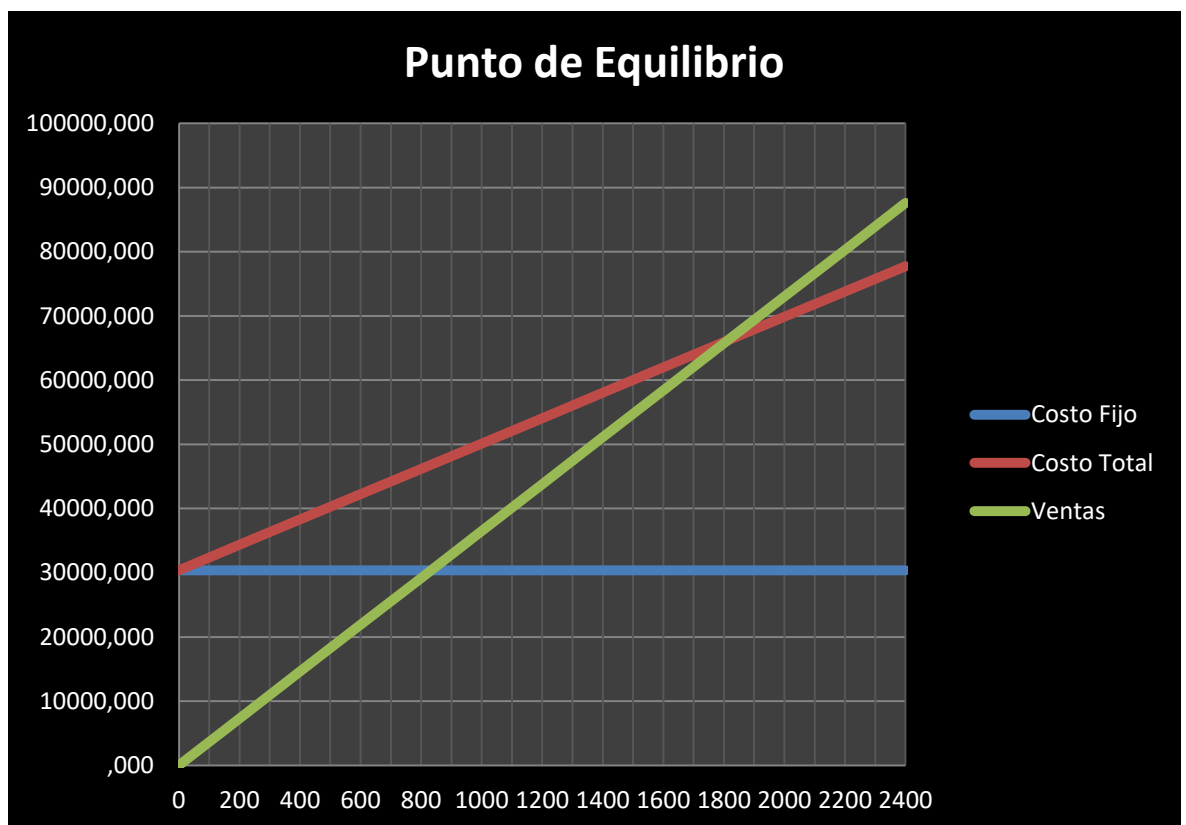
#### Punto de equilibrio en unidades

	Costos Fijos	
PE	Precio de venta	- Costo variable Unitario
	\$ 30.394,54	
PE	\$ 36,50	- \$ 19,73
	\$ 30.394,54	
PE	\$ 16,77	
PE	1813 unidades	

#### Punto de equilibrio monetario

	Costos Fijos	
PE	1	- Costo Variable
		Ingresos
	\$ 30.394,54	
PE	1	- 47360,00
		87600
	\$ 30.394,54	
PE	1	- 0,54
	\$ 30.394,54	
PE	0,46	
PE	\$ 66.167,04	

El punto de Equilibrio es la herramienta financiera que nos permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos expresándose en dólares, porcentajes o unidades. En este caso las ventas cubren los costos en 1813 piezas de cerámica y \$66.167,04. A continuación se realizara un gráfico para observar mejor el punto de equilibrio.



**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Joana Chimbo



## CAPITULO VI

### 6. Conclusiones y Recomendaciones

#### 6.1. Conclusiones

- Se concluye que exportar Artesanías de **PORCELANICRON (porcelana fría)** al mercado alemán será técnicamente factible y se obtendrá una rentabilidad superior al costo de oportunidad establecida por el proyecto.
- El país brinda la oportunidad para el desarrollo del sector, la mayoría de artesanos de Riobamba están asociados, buscando de esta manera mayores garantías en el proceso comercial de sus productos
- La Demanda Total promueve la producción de Artesanías de porcelanicron por ser apetecidas en el mercado extranjero, de esta forma se fortalece el sector artesanal, adicionalmente el mercado alemán presenta una demanda insatisfecha en el consumo de Artesanías de PORCELANICRON, por lo tanto este proyecto pretende cubrir aproximadamente más del **3%** de esta demanda.
- El Estudio Técnico a través del cual se determina el Tamaño, Localización, Ingeniería, Organización y Tecnología del proyecto es la más adecuada, debido a que cuenta con toda lo necesario para el desarrollo de producir Artesanías de PORCELANICRON.
- Un correcto Embalaje y un adecuado proceso logístico, garantizará la calidad y aceptabilidad para las Artesanías de PORCELANICRON en el mercado Alemán. La base fundamental para incentivar el comercio de estos productos no tradicionales es tener pleno conocimiento de Integración Económica, esto implica la correcta capacitación en lo que se refiere a acuerdos bilaterales o multilaterales. El mercado alemán forma parte dela U.E es decir contamos con preferencias arancelarias, como el Sistema General de Preferencias (SGP), que poseen 0% de arancel, como es el caso particular de las artesanías.
- Las fuentes de financiamiento para el proyecto se determinan por Recursos Propios que corresponde al 55% y Recursos Ajenos que corresponde al 45%, los mismos que se obtendrán a través de la Banca Privada.

- Se comprobó que las Artesanías de PORCELANICRON producidas en el cantón Riobamba, poseen una materia prima conocida y plenamente aceptada en el mercado alemán, la calidad exigida y su variedad con los mejores acabados, son lo que sin duda, reduce costos por introducción, llegando a un precio competitivo en el mercado alemán y obteniendo utilidades que demuestran la liquidez del proyecto.
- Los resultados financieros de este proyecto demuestra que es rentable en términos económicos y financieros debido a que presenta indicadores favorables como un (  $VAN_1$  11.354.37,  $VAN_2$  9379.65 ),  $TIR_{24\%}$  lo cual da a entender que el proyecto es factible, en cuanto se refiere a la RELACION BENEFICIO COSTO  $RB/C_1$  4.41,  $RB/C_2$  4.32 y el PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION ES DE 3 años 4 meses respectivamente.

## 6.2. Recomendaciones

- Ejecutar el proyecto en razón que la hipótesis sea comprobada a través de la elaboración del estudio de factibilidad.
- Uno de los objetivos principales del gobierno, debería ser identificar la oferta artesanal exportable, para promover su difusión nacional e internacional, por ser un rubro económico, generados de fuentes desempleo y creación de micro empresas. Explotar la demanda insatisfecha de Artesanías de PORCELANICRON que tiene el mercado alemán.
- La mayoría de artesanos de PORCELANICRON en RIOBAMBA, se encuentran asociados, por lo que se recomienda que se contemple un mecanismo de apoyo a alguna de estas asociaciones como una manera de asegurar las futuras negociaciones. Ejecutar el proyecto en las condiciones establecidas, teniendo en cuenta todos los factores necesarios para la elaboración de Artesanías de PORCELANICRON
- Se recomienda un buen manejo logístico y un embalaje de acuerdo a las demandas del mercado internacional, el embalaje debe ajustar a las necesidades del importador. Pese al apoyo que se recibe de diferentes instituciones que se dedican a la promoción de los productos exportables, resulta insuficiente la promoción de este tipo de productos, por lo que debe incrementarse la participación en ferias internacionales, donde las Artesanías de PORCELANICRON merecen ser tomadas en cuenta.

- Sería fundamental invertir en una investigación que determine una optimización de los sistemas de producción, apoyando al artesano, principalmente en capacitación buscando que pueda incrementar los diseños, así como un perfeccionamiento del acabado.
- Promocionar información sobre las diversas figuras de Artesanías de PORCELANICRON, de tal manera que los mercados internacionales pongan su atención en este arte, y se den cuenta que el precio es competitivo y localidad no tiene comparación.
- Es necesaria la **EVALUACIÓN FINANCIERA** del proyecto considerando los indicadores financieros como: el Valor Actual Neto, este indicador que nos permite conocer los ingresos del proyecto en un tiempo presente. El VAN debe ser superior a cero para considerar la realización del proyecto, además se debe evaluar mediante el TIR, RB/C, Punto de Equilibrio y el PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL en años los mismos que nos indicarán la factibilidad del Proyecto.
- Por último se recomienda la puesta en marcha de este proyecto, ya que es una inversión que revierte muchos beneficios, aparte de eso, hemos observado que mediante el proyecto podemos contribuir a la generación de fuentes de trabajo, ya que a pesar de no tener una gran infraestructura es necesaria la ayuda de personas especializadas en Artesanías de PORCLANICRON (porcelana fría), ya sea también indirectamente por el aporte artesanal, como directamente en los procesos propios de la comercialización. Esto implica la vez una generación de ingresos a los artesanos, produciendo así una cadena beneficiosa para la economía ecuatoriana, con esto tendrá no solo un rendimiento individual sino también social.

## **RESUMEN**

el presente trabajo investigativo hace referencia a un plan de exportación de artesanías de porcelanicron (porcelana fría), producido en el Cantón Riobamba, provincia de Chimborazo a Hamburgo-Alemania; a través de la microempresa FACIL ARTE, con la finalidad de presentar productos de alta calidad elaborados artesanalmente. Para ello realizaremos la identificación de la microempresa FACIL ARTE, sus objetivos, estructura organizacional y administrativa, las características de los productos, para determinar si cumple con los requerimientos de ser una Organización exportadora. Se ha realizado una investigación de mercado para determinar la aceptación de nuestras artesanías en el mercado Alemán, para el periodo 2010-2015, tomando en cuenta la oferta, la demanda y los competidores. Para la exportación de artesanías a Alemania se considera el marco legal tanto del País importador como exportador, la documentación necesaria, la logística, comercialización, formas de pago, trámites y procesos a realizar. El plan también contiene un estudio económico – financiero que nos ayuda a conocer la factibilidad del mismo mediante índices financieros, finalmente determinamos las conclusiones y recomendaciones para facilitar la aplicación de este plan de exportación.

## **SUMMARY**

This Investigation refers to a cold porcelain crafts (cold porcelain) export plan produced in the Riobamba Canton, Hamburg-Germany Chimborazo Province, through the EASY-ART microenterprise with the aim of presenting handmade products in high quality. This will make the identification of ART EASY microenterprise, also its objectives, organizational and administrative structure and the characteristics of products to determine if it fulfill the requirements to be an export organization. There has been a market research to determine the acceptance of our crafts in the German sales for the period 2010-2015, taking into account the supply, demand and competitors. For handicraft exportation to Germany we considered the legal framework of both: importing and exporting country, besides the necessary documentation, the logistics, marketing, payments procedures and processes to be performed. The plan also contains an economic –financial study which helps us to understand the feasibility of it through financial indexes. Finally we determine the findings and recommendations to facilitate the application of this exportation plan.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **LIBROS Y ENCICLOPEDIAS**

1. BACA URBINA, Gabriel, “Evaluación de Proyectos” McGraw Hill, 2001, 4ta.Edición.
2. BID Formulación, Evaluación y Gestión de proyectos Quito.
3. CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Manual de formulación y Evaluación de proyectos PROPOSAI
4. GUZMAN ORTEGA Gonzalo; Comercialización y precios de productos .Editorial universitaria, Quito 2002.
5. CALVACHE, Antonio. “Contabilidad de Costos”, Impretec. 1997, Ecuador.
6. LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO, “Ley N° s/n, Registro Oficial N° 71,23-MAY-1997.CONGRESO NACIONAL, CODIFICACION DE LA LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO. Art. 1.
7. LEY DE FOMENTO ARTESANAL, “Decreto Ley N.26, Registro Oficial N° 446, 29-MAY-1986, Art. 1.
8. 12. PUDELECO, Arancel de Importaciones del Ecuador, Nota Explicativa tomo IV.
9. STANTON, Itzel Walker. “Fundamentos de Marketing”.

### **LINKOGRAFÍA**

1. [<http://asociacion.ciap.org/?lang=es>]
2. [<http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites>]
3. [<http://www.focus.de/finanzen/news>]
4. [<http://www.wwto.com.ec/esp/incoterms4.htm>]
5. [[huitoto.udea.edu.co/Frutas Tropicales/alemania.html](http://huitoto.udea.edu.co/Frutas_Tropicales/alemania.html)]
6. [[www.bancoldex.com.co](http://www.bancoldex.com.co)]
7. [[www.ecuadorexporta.org/alemania/alemania.htm](http://www.ecuadorexporta.org/alemania/alemania.htm)]

8. [[www.elcomercio.com/noticia](http://www.elcomercio.com/noticia)]
9. [[www.micip.gov.ec](http://www.micip.gov.ec)]
10. [[www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)]
11. [[www.mmrree.gov.ec](http://www.mmrree.gov.ec)]
12. [[www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)]
13. [[www.usergioarboleda.edu.co/artesanos](http://www.usergioarboleda.edu.co/artesanos)]

## **INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS**

1. Federación Ecuatoriana de Exportadores
2. MICROEMPRESA FACIL ARTE
3. Diario “El comercio”
4. Banco Central del Ecuador
5. Corporación Financiera Nacional
6. Dirección Nacional de Artesanías. MICIP
7. Embajada Alemana
8. Ministerio de Relaciones Exteriores
9. Junta Nacional de Artesanos.